

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 01.07.2025 11:42:27  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**Бюджетное учреждение высшего образования**  
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры  
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР

\_\_\_\_\_ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

## **Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью**

### **рабочая программа дисциплины (модуля)**

|                         |                                                                                                                                                        |                                        |  |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--|
| Закреплена за кафедрой  | <b>Лингвистики и переводоведения</b>                                                                                                                   |                                        |  |
| Учебный план            | b420301-ССО-25-3.plx<br>42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ<br>Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |                                        |  |
| Квалификация            | <b>Бакалавр</b>                                                                                                                                        |                                        |  |
| Форма обучения          | <b>очная</b>                                                                                                                                           |                                        |  |
| Общая трудоемкость      | <b>3 ЗЕТ</b>                                                                                                                                           |                                        |  |
| Часов по учебному плану | 108                                                                                                                                                    | Виды контроля в семестрах:<br>зачеты 6 |  |
| в том числе:            |                                                                                                                                                        |                                        |  |
| аудиторные занятия      | 64                                                                                                                                                     |                                        |  |
| самостоятельная работа  | 44                                                                                                                                                     |                                        |  |

#### **Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр<br>(<Курс>.<Семестр на<br>курсе>) | 6 (3.2) |     | Итого |     |
|-------------------------------------------|---------|-----|-------|-----|
| Неделя                                    | 17 2/6  |     |       |     |
| Вид занятий                               | УП      | РП  | УП    | РП  |
| Лекции                                    | 32      | 32  | 32    | 32  |
| Практические                              | 32      | 32  | 32    | 32  |
| Итого ауд.                                | 64      | 64  | 64    | 64  |
| Контактная работа                         | 64      | 64  | 64    | 64  |
| Сам. работа                               | 44      | 44  | 44    | 44  |
| Итого                                     | 108     | 108 | 108   | 108 |

Программу составил(и):

*к.филол.н., Доцент, Хадынская А.А.*

Рабочая программа дисциплины

**Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью**

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере  
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Лингвистики и переводоведения**

Зав. кафедрой кандидат филос. наук, доцент Евласьев А.П.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1 | Ознакомить со спецификой рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью и условия их эффективного осуществления.                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1.2 | Обучить обработке, систематизации речевых практик в рекламной и PR-коммуникации.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1.3 | Обучить выбору методов и инструментов организации эффективной рекламной деятельности по связям общественностью на предприятиях и в организациях, включая выбор и обоснование средств и времени рекламы, направлений и методов работы с общественностью, планирование рекламного процесса, разработку рекламных посланий, организацию мероприятий по связям с общественностью. |
| 1.4 | Обучить составлению рекламных текстов разных жанров в различных видах массовой информации.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.5 | Сформировать у студентов навыки организаторов и аналитиков рекламного и PR-процесса.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

|                    |                                                                                                              |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В.ДВ.02                                                                                                   |
| <b>2.1</b>         | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>                                                 |
| 2.1.1              | Базовые знания по русскому языку, истории, иностранному языку (программа средней общеобразовательной школы)  |
| <b>2.2</b>         | <b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b> |
| 2.2.1              | Копирайтинг                                                                                                  |

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**ПК-2.1:** Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

**ПК-2.2:** Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

**ПК-6.1:** Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

|            |                                                                                                             |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                               |
| 3.1.1      | • жанры разных стилей;                                                                                      |
| 3.1.2      | • основные жанры делового общения;                                                                          |
| 3.1.3      | • структуру формуляра и состав реквизитов орд, виды деловых писем;                                          |
| 3.1.4      | • лингвистические и психолингвистические основы публичного выступления;                                     |
| 3.1.5      | • принципы организации выпуска, производства и распространения рекламной продукции и различные виды рекламы |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                               |
| 3.2.1      | • составлять жанры разных стилей;                                                                           |
| 3.2.2      | • составлять основные жанры делового общения;                                                               |
| 3.2.3      | • составлять различные виды деловых писем;                                                                  |
| 3.2.4      | • применять знания при написании публичного выступления;                                                    |
| 3.2.5      | • организовать выпуск, производство и распространение рекламной продукции                                   |

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Примечание |
|-------------|-------------------------------------------|----------------|-------|-------------|------------|------------|
|-------------|-------------------------------------------|----------------|-------|-------------|------------|------------|

|      |                                                                      |   |   |                      |                                 |  |
|------|----------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------|---------------------------------|--|
|      | <b>Раздел 1.</b>                                                     |   |   |                      |                                 |  |
| 1.1  | Реклама как инструмент маркетинговой политики. Рекламный текст /Пр/  | 6 | 4 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.1Л3.1<br>Э1 Э2 Э3        |  |
| 1.2  | Реклама как инструмент маркетинговой политики. Рекламный текст /Ср/  | 6 | 4 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1<br>Л1.2Л2.1Л3.1<br>Э2      |  |
| 1.3  | Лингвистические особенности рекламных текстов /Лек/                  | 6 | 6 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1Л2.1<br>Л2.2Л3.1<br>Э1 Э2   |  |
| 1.4  | Лингвистические особенности рекламных текстов /Пр/                   | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1Л2.1Л3.1<br>Э1              |  |
| 1.5  | Реклама как инструмент маркетинговой политики. Рекламный текст /Лек/ | 6 | 2 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1 Л1.2Л2.1<br>Л2.2Л3.1<br>Э1 |  |
| 1.6  | Лингвистические особенности рекламных текстов /Ср/                   | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1Л2.2Л3.1<br>Э1 Э2           |  |
| 1.7  | Основные рекламные жанры. Нейминг /Лек/                              | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.2Л3.1<br>Э3              |  |
| 1.8  | Основные рекламные жанры. Нейминг /Пр/                               | 6 | 6 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.2Л3.1<br>Э3              |  |
| 1.9  | Основные рекламные жанры. Нейминг /Ср/                               | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1Л2.2Л3.1<br>Э1              |  |
| 1.10 | PR-текст в системе публичных коммуникаций /Лек/                      | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.2Л3.1<br>Э1              |  |
| 1.11 | PR-текст в системе публичных коммуникаций /Пр/                       | 6 | 6 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.2Л3.1<br>Э1 Э2           |  |
| 1.12 | PR-текст в системе публичных коммуникаций /Ср/                       | 6 | 6 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.1Л2.2Л3.1<br>Э2              |  |
| 1.13 | Жанровая типология PR-текстов /Лек/                                  | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.2Л3.1<br>Э1              |  |
| 1.14 | Жанровая типология PR-текстов /Пр/                                   | 6 | 8 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.2<br>Э1 Э3               |  |
| 1.15 | Жанровая типология PR-текстов /Ср/                                   | 6 | 6 | ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-6.1 | Л1.2Л2.1Л3.1<br>Э1 Э2 Э3        |  |
| 1.16 | /Контр.раб./                                                         | 6 | 6 |                      |                                 |  |
| 1.17 | /Зачёт/                                                              | 6 | 6 |                      |                                 |  |

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

### 5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

### 5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

| 6.1.1. Основная литература                                                |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|                                                                           | Авторы, составители                                                                                       | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                 | Издательство, год                                                                                                                  | Колич-во |
| Л1.1                                                                      | Шамхалова С.Ш.                                                                                            | Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей (2-е издание): практическое пособие                                                                                                                                                | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017, электронный ресурс                                                                       | 1        |
| Л1.2                                                                      | Ушанов П.В.                                                                                               | Реклама в телевизионной программе: учебное пособие                                                                                                                                                                                       | Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017, электронный ресурс                                                                                  | 1        |
| 6.1.2. Дополнительная литература                                          |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
|                                                                           | Авторы, составители                                                                                       | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                 | Издательство, год                                                                                                                  | Колич-во |
| Л2.1                                                                      | Бердышев С.Н.                                                                                             | Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие                                                                                                                                                                         | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017, электронный ресурс                                                                       | 1        |
| Л2.2                                                                      | Нархов Д.Ю., Нархова Е.Н.                                                                                 | Реклама. Управленческий аспект: учебное пособие                                                                                                                                                                                          | Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015, электронный ресурс                                                          | 1        |
| 6.1.3. Методические разработки                                            |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
|                                                                           | Авторы, составители                                                                                       | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                 | Издательство, год                                                                                                                  | Колич-во |
| Л3.1                                                                      | Соколова Н.Г.                                                                                             | Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Основы маркетинга» для студентов, обучающихся по направлению 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» дневного и заочного отделения: учебно- методическое пособие | Ижевск: Ассоциация по методологическом у обеспечению деловой активности и общественного развития «Митра», 2014, электронный ресурс | 1        |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| Э1                                                                        | Блог агентства интернет-рекламы <a href="http://www.i-media.ru/blog">www.i-media.ru/blog</a>              |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| Э2                                                                        | Ресурс о поисковых системах. <a href="http://www.searchenginejournal.com">www.searchenginejournal.com</a> |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| Э3                                                                        | Блог имейл-платформы. <a href="http://www.getvero.com/resources">www.getvero.com/resources</a>            |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| 6.3.1 Перечень программного обеспечения                                   |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| 6.3.1.1                                                                   | Программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, Google Chrome)                                |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| 6.3.1.2                                                                   | Программы для демонстрации создания презентаций (например, Microsoft Power Point)                         |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем                           |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| 6.3.2.1                                                                   | СПС «КонсультантПлюс» - <a href="http://www.consultant.ru/">www.consultant.ru/</a>                        |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |
| 6.3.2.2                                                                   | СПС «Гарант» - <a href="http://www.garant.ru/">www.garant.ru/</a>                                         |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                    |          |

| <b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.1                                                               | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации. |

