МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И PR

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
заочная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы рекламы и PR» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Ушанов П.В.

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат	1575566011
Номер транзакции	0000000000F6232D
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины является формирование у будущих специалистов по рекламе и PR понимания общих закономерностей и принципов связей с общественностью как одного из средств массовой коммуникации, обеспечивающей эффективное управление коммуникациями организации;

Задачи освоения дисциплины:

- изучение функций, принципов, видов, средств рекламы и связей с общественностью,
- изучение основ коммуникационного менеджмента;
- формирование базовых представлений о профессиональной деятельности специалиста по рекламе и СО.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Воспитание уважения к Конституции и законам Российской Федерации	Гражданственность	Ответственность
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Формирование ответственного отношения к труду	Созидательный труд	Трудолюбие
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Историческая память и преемственность поколений	Гибкость мышления
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		

Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Коллективизм	Гибкость мышления

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы рекламы и PR» относится к обязательной части Блока 1 . Индекс дисциплины – Б.1.Б.24. При освоении дисциплины студенты опираются на знания, полученные во время обучения в средней школе. Знания, навыки умения, полученные при освоении дисциплины «Основы рекламы и PR», являются базовыми для изучения других общепрофессиональных и профессиональных дисциплин, таких как «Современная рекламная и пресс-служба»

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче-ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес-тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б1.Б	2	5	13	4	8	0	1	0	167	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ЗФО

№	Название темы	Код ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Реклама и связи с общественостью как направления профессиональной деятельности	РД1	2	0	0	32	опрос
2	Реклама как коммуникационный феномен и направления профессиональной деятельности	РД2	0	2	0	27	опрос, деловая игра

3	Связи с общественностью как направление профессиональной деятельности.	РД2	0	2	0	27	опрос, деловая игра
4	Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций	РД2	2	0	0	27	опрос
5	Каналы трансляции рекламы и продуктов связей с общественностью	РД3	0	2	0	27	опрос, деловая игра
6	Направления профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью	РД3	0	2	0	27	опрос, деловая игра
Итого по таблице			**4**	**8**	**0**	**167**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

Тема 1 Реклама и связи с общественостью как направления профессиональной деятельности.

Содержание темы: Реклама и связи с общественостью в структуре коммуникационных профессий. Их специфика как направлений профессиональной деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с учебной литературой .

Тема 2 Реклама как коммуникационный феномен и направления профессиональной деятельности.

Содержание темы: Становление и развитие рекламы как коммуникационного феномен. Задачи и функции рекламы.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: семинар.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с учебной литературой .

Тема 3 Связи с общественностью как направление профессиональной деятельности.

Содержание темы: Феномен общественного мнения. Факторы появления связей с общественностью Профессиональный инструментарий.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: семинар.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с учебной литературой .

Тема 4 Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Содержание темы: Интегрированные маркетинговые коммуникации как профессиональная концепция. Реклама и связи с общественностью в рамках коммуникационного комплекса .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с учебной литературой .

Тема 5 Каналы трансляции рекламы и продуктов связей с общественностью.

Содержание темы: Коммуникативная характеристика основных медийных и не медийных каналов. Опыт использования в рамках рекламы и сваязыей с общественностью.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: семинар.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с учебной литературой .

Тема 6 Направления профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

Содержание темы: Профессиональные специализации в рекламе и связях с общественностью. Специфика инструментария.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: семинар.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: работа с учебной литературой .

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Изучение данной дисциплины предполагает, что студент будет обращаться к теоретической литературе, выяснение сущности категорий, получение представлений об этапах эволюции рекламы и связей с общественностью в контексте усложнения массовой коммуникации как системы. Многие вопросы, вызывающие разночтения из-за разного толкования в теоретической литературе, будут обсуждены на практических занятиях в процессе опросов, а также в процессе выполнения контрольных заданий.

Предложенный список литературы позволяет освоить категориальный аппарат в области связей с общественностью в необходимом минимальном объеме. Это учебные пособия по общим вопросам рекламы и PR, а так же по основным специализациям в области рекламы и общественных связей. По некоторым темам студенту будет предложена специальная, дополнительная литература, которую необходимо прочесть, чтобы получить узкоспециальные знания. Источники из списка дополнительной литературы будут предложены по конкретной теме и прокомментированы вначале занятия или в связи с заданием.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретическую литературу, прочитать записи лекций и быть готовым ответить на контрольные вопросы. Все виды оценочных средств предложены в Фонде оценочных средств.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Бударина О. А. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СТРУКТУР ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] : Москва : Издательство Юрайт , 2022 - 126 - Режим доступа: https://urait.ru/book/organizaciya-raboty-struktur-po-svyazyam-s-obschestvennostyu-496828

2. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ. Учебник [Электронный ресурс] : Московский государственный лингвистический университет (г. Москва). , 2022 - 383 - Режим доступа: https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-vvedenie-v-specialnost-489018

3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559757 (дата обращения: 01.09.2025).

7.2 Дополнительная литература

1. Долгова, Н. В. Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум : учебное пособие / Н. В. Долгова. — Рязань : РГУ имени С.А.Есенина, 2021. — 84 с. — ISBN 978-5-907266-52-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/177000 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Душкина М. Р. ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2021 - 259 - Режим доступа: https://urait.ru/book/psihologiya-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-476773

3. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2016 - 336 - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=66169

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: https://znanium.com/
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: https://urait.ru/
5. Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ - Режим доступа: https://urait.ru/
6. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- ТВ "HITACHI-C15LC880SNT"
- Вандоустойчивый сейф-тележка с распр.питанием д/порт.компьютеров
- Видеокамера Sony PMW-320K
- Граф/станц: С/Б Hyper PC, в/карта NVIDIA Quadro 4000, мышь/клав./монитор Beng GW2250M
- Диктофон Marantz PMD671
- Микрофон Sony ECM-MS2
- Монитор LG 29EA93
- Монитор для видеокамеры 7-дюймовый LCD
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Принтер № 3 Kyocera FS-1060DN
- Станция видеомонтажа NIX 4960X/32Gb

Программное обеспечение:

- PDF Converter

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И PR

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
заочная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Заочная форма обучения				
РД1	Знание : Место рекламы и PR в системе массовой информации и комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; понимает цели и задачи профессиональной деятельности. Знает категориальный аппарат, умеет правильно применять профессиональные термины, демонстрирует понимание сущности связей с общественностью.	1.1. Реклама и связи с общественостью как направления профессиональной деятельности	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)
РД2	Навык : Обладает профессиональными навыкам и специалистов подразделений PR, средств массовой информации, основами внутрикорпоративной коммуникации. Сознательно и свободно по	1.2. Реклама как коммуникационный феномен и направления профессиональной деятельности	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)
		1.3. Связи с общественностью как направление профессиональной деятельности.	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)

	льзуется профессиональными категориями связей с общественностью.	1.4. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)
РД3	Умение : Выделять приоритетные направления профессиональной деятельности конкретного подразделения рекламы и PR, типологизировать подразделения рекламы и PR. Полно и глубоко умеет анализировать процессы и результаты профессиональной деятельности. Правильно и осознанно умеет применять на практике теоретические положения.	1.5. Каналы трансляции рекламы и продуктов связей с общественностью	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)
		1.6. Направления профессиональной деятельности в рекламе и связях с общественностью	Дискуссия	Презентация (публичное выступление)

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять творческие задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Перечень тем докладов, сообщений

1. Корпоративный и индивидуальный имидж: основные компоненты.
2. Репутация и имидж организации: черты сходства и различия.
3. Социальные предпосылки формирования имиджа средствами ПР.
4. Паблик рилейшнз как система социальных и информационных технологий.
5. Технологии ПР: опыт классификации.
6. Презентация как типовая технологическая модель ПР.
7. “Медиарилейшнз” в России.
8. Методы и формы деятельности пресс-служб.
9. Управление кризисными ситуациями в системе ПР,
10. Принципы коммуникации в условиях кризиса.
11. Организация и проведение ПР-кампаний.
12. ПР в экономике.
13. ПР в политике.

Краткие методические указания

Студенту необходимо ориентироваться на лекционный материал, а также на содержание рекомендованных учебников.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	25 баллов	Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала по теме, усвоение основной учебной и дополнительной литературы, рекомендованной программой, свободно оперирует понятиями и научными категориями при обсуждении теоретических вопросов, глубоко понимает закономерности развития анализируемой сферы.
2.	20 баллов	Студент демонстрирует знание темы на среднем уровне, знание основных положений учебника и дополнительных материалов, допускает незначительные ошибки, неточности при аналитических операциях, изредка ошибается в понимании содержания категорий, хорошо анализирует пред

		лагаемый для мыслительной деятельности материал, приводит собствен ные примеры для иллюстрации понимания
33.	15 баллов	Студент демонстрирует очень общее усвоение знаний по теме, допускае т значительные ошибки при аналитических операциях, проявляет налич ие отдельных отрывочных знаний по теме, испытывает значительные тр удности при оперировании точными понятиями и категориями..
4.		Студент демонстрирует отрывочные, бессистемные знания, проявляет от сутствие логики в ответе, отсутствие знаний материала учебников, либо демонстрирует полное отсутствие знаний по теме.

5.2 Пример анкеты

Термин, понятие	**Формулировка содержания**
Связи с общественностью	
Целевая аудитория	
Каналы коммуникаций	
Коммуникативность	
Ключевая аудитория	

Краткие методические указания

Подготовка к контрольной работе осуществляется студентом самостоятельно. Студент использует определения, зафиксированные на лекции или указанные в учебниках по данной теме, а также в справочниках и словарях (дополнительная литература). Врея выполнения - 15 минут

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	5 правильных ответов из 5
2.	4 балла	4 правильных ответа из 5
3.	3 балла	3 правильных ответа из 5
4.	2балла	2 правильных ответа из 5
5.	1 балл	1 правильный ответ из 5
6.	0 баллов	Нет правильных ответов

5.3 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Подготовка пресс-релиза.

1. Выделение социально-значимой информации в рамках предложенной темы;
2. Выделение информационного повода;
3. Написание лида;
4. Написание основной части пресс-релиза, насыщение ее атрибуцией;
5. Написание бэкграунда;
6. Оформление пресс-релиза как официального документа.

Краткие методические указания

Студенту необходимо заранее познакомиться с примерами пресс-релизов доступных в сети Интернет. На занятии каждый студент получает подборку информации по теме планируемого пресс-релиза. Данное задание ставит целью не столько проверить знание правил написания и оформления пресс-релиза, сколько научить составлять этот документ. Поэтому готовность и участие в процессе обсуждения оцениваются 10 баллами.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	10 балла	Знание правил, развитые умения.
2.	5 баллов	Знание правил, слабые умения.
3.	0 баллов	Незнание правил, отсутствие умения.