Вопросы к экзамену по дисциплине «Медиатекст в профессиональной деятельности»

для магистрантов направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

программа «Корпоративные бренд-коммуникации»

1. Медиатекст в системе массовых коммуникаций

2. Признаки медиатекста

3. Медиатексты: сущностные свойства и проблемы типологии

4. Типология медиатекста по каналу коммуникации и сфере бытования

5. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер

6. Определение и признаки медиатекста

7. Подходы к типологии медиатекстов

8. Базовые и смежные PR-тексты

9. Первичные и опосредованные PR-тексты

10. Простые и сложные PR-тексты

11. Оперативно-новостные жанры. Характеристика

12. Исследовательско-новостные жанры. Характеристика

13. Фактологические жанры. Характеристика

14. Исследовательские жанры. Характеристика

15. Образно-новостные жанры. Характеристика

16. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста. Структура, форматы. Специфика написания

17. Информационный повод как основа пресс-релиза. Приемы усиления инфоповодов

18. Особенности создания новостного сообщения для размещения в сети Internet

19. Инфографика как визуальный компонент PR-текста

20. Темы для бэкграундера

21. FAQ как «интерактивный» формат PR-текста . Правила написания

22. Комбинированные PR-тексты, их разновидности и функции

23. Биография. Разновидности биографий

24. Факт-лист. Релевантные данные для фактической справки

25. Особенности стилистики заявления для СМИ

26. Этапы работы над PR-текстом

27. Средства выразительности PR-текста

28. Технология подготовки и написания имиджевого интервью

29. Назначение и классификация деловых писем. Правила оформления

30. Модель корпоративного издания

31. Основные понятия сторителлинга: сюжет, конфликт, герой

32. Виды сторителлинга

33. Критерии оценки эффективности медиатекста

34. Формулы читаемости текстов