

Селезнева, Л. В.

Подготовка рекламного и PR-текста : учеб. пособие для вузов /
Л. В. Селезнева. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — Серия : Уни-
верситеты России.

Содержание

Предисловие.....	5
Часть I. Теоретический курс.....	6
Глава 1. Public relations и реклама	
как институциональные виды дискурса.....	6
1.1. Общая характеристика институционального дискурса.....	6
1.2. Особенности дискурса рекламы и public relations.....	10
Глава 2. Текст, его признаки и свойства.....	17
2.1. Определение понятия «текст».....	17
2.2. Конститутивные признаки текста.....	21
2.3. Параметры текстуальности, или категории текста.....	24
Глава 3. Коммуникативно-стилистическая	
характеристика рекламного и PR-текста.....	26
3.1. Проявление коммуникативного кодекса	
в рекламных и PR-текстах.....	26
3.2. Определение и жанровая типология PR-текстов.....	29
3.3. Рекламный текст как средство	
информационно-психологического воздействия.....	33
Глава 4. Подготовка PR-текстов разных жанров.....	37
4.1. Пресс-релиз как основной	
информационный жанр PR-текста.....	37
4.2. Бекграундер, лист вопросов-ответов, имиджевый текст	
как исследовательско-новостные жанры PR.....	41

4.3. Факт-лист, биография, некролог как фактологические жанры PR.....	45
4.4. Байлайнер и поздравление как оперативно-образные жанры PR.....	48
4.5. Особенности подготовки текстов для СМИ и информационного пакета для прессы.....	51

Часть II. Практический курс.....55

Тема 1. Реклама и public relations как институциональные виды дискурса.....	55
---	----

Тема 2. Текст: его признаки и свойства.....	57
--	----

Тема 3. Требования к тексту и основные типы ошибок.....	67
---	----

Тема 4. Коммуникативно-стилистическая характеристика рекламного и PR-текста.....	77
--	----

Тема 5. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста.....	84
---	----

Тема 6. Особенности текстов исследовательско-новостных жанров.....	110
--	-----

Тема 7. Особенности текстов фактологических жанров.....	118
---	-----

Тема 8. Подготовка оперативно-образных жанров.....	128
---	-----

Тема 9. Разновидности текстов для СМИ и информационного пакета для прессы.....	130
--	-----

Тема 10. Подготовка рекламного текста.....	139
---	-----

Литература.....	143
------------------------	-----

Новые издания по дисциплине «Основы теории коммуникации» и смежным дисциплинам.....	147
--	-----

Приложения.....	149
------------------------	-----