

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)**

**Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела**



Перетятая О.С.
2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Пиар в различных сферах коммуникативного пространства

По направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры)

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО - 1 курс (2 семестр), ЗФО – 1 курс (2 триместр)

Луганск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины «Пиар в различных сферах коммуникативного пространства» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика очной и заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 513 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 12 декабря 2016 г. N 727н, от 04 августа 2014 года № 534н, от 28 октября 2014 года № 811н, от 04 августа 2014 года № 538н, 04 августа 2014 года № 533н.

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. филол. наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела
ФГБОУ ВО «Луганский государственный педагогический университет»
Куянцева Елена Александровна.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела «16» декабря 2026 г., протокол № 5
Заведующий кафедрой Куянцева Е.А. Куянцева

ОДОБРЕНА на заседании Учебно-методической комиссии
Института филологии и социальных коммуникаций
«14» января 2026 г., протокол № 6

Председатель

Сысенко А.В. Сысенко

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования

Савенков В.В. Савенков
«16» января 2026 г.

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цели:

- ознакомление магистрантов с теоретическими основами современных технологий в различных сферах PR-деятельности;
- формирование представления о разных технологиях успешного продвижения объекта PR-деятельности в зависимости от сферы коммуникативного пространства;
- изучение основных понятий, терминов и методик по созданию, функционированию и оценки PR-деятельности в различных сферах.

Задачи:

- дать возможность студентам попробовать свои силы в применении изучаемых технологий в традиционных сферах применения связей с общественностью;
- работать с широкой палитрой информационных баз.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются: знания в области связей с общественностью, навыки информационного поиска.

Дисциплина «Пиар в различных сферах коммуникативного пространства» входит в Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4) учебного плана по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика». Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.04.01.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплины «Актуальные коцепции массмедиа», взаимосвязано с такими дисциплинами как «Информационная политика и безопасность в медиасреде», «Современные медиасистемы», «Продвижение СМИ на рынке».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Профессиональные		
ПК-2 – готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	ПК-2.1. Знать принципы стратегического и оперативного управления в СМИ, модели организационных структур редакции, содержание организационной, координационной, контролирующей деятельности, распределение зон ответственности между сотрудниками различного должностного статуса, стратегии развития СМИ и медийных проектов. ПК-2.2. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач. ПК-2.3. Владеть методами организационной работы, технологиями планирования.	Знает: способы оценки и прогнозирования деятельности медиаканалов. Умеет: оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности. Владеет навыками: оценивания деятельности медиаканалов и их ответственности перед обществом.

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины	108 (3 зач. ед)	108 (3 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:	36	12
Лекции	14	4
Семинарские занятия		
Практические занятия	22	8
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа / курсовой проект		
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	36	9
Самостоятельная работа студента (всего)	36	87
Форма аттестации	Экзамен	Экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Темы соответствуют названиям тем лекционного материала и темам семинарских занятий.

Тема 1. Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.

Сущность и отличительные особенности технологий связей с общественностью. Формирование технологий связей с общественностью. Функции связей с общественностью в современных реалиях. Модели функционирования пиар-деятельности.

Тема 2. Связи с общественностью в кризисных ситуациях

Типология кризисов. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций. Информирование о риске. Управление в условиях кризиса. Коммуникация в кризисных ситуациях. Факторы успеха. Борьба со слухами.

Тема 3. Государственные технологии. Создание имиджа государства.

Философия государственных связей с общественностью. Создание имиджа государства. Философия государственных связей с общественностью. Задания в сфере государственных связей с общественностью: западный опыт. Специфика работы над имиджем власти в России.

Тема 4. Пиар-деятельность в политической сфере

Этапы развития политических ПР-технологий. Современные избирательные технологии связей с общественностью. Пиар-технологии во время избирательного процесса.

Тема 5. Связи с общественностью в экономике

Репутационный капитал ПР. Фирменный дизайн. Фирменные ПР-акции.

ПР как средство деловой коммуникации

Тема 6. Социальные пиар-технологии.

Понятие и особенности социальных ПР-технологий. Благотворительность. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы. Социальный ПР в сфере культуры.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная	

		форма	
	2 семестр/2 триместр		
1.	Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.	2	2
2.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	2	
3.	Государственные технологии. Создание имиджа государства.	2	2
4.	Пиар-деятельность в политической сфере	4	
5.	Связи с общественностью в экономике	2	
6.	Социальные пиар-технологии	2	
Итого:		14	4

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
1	Функции связей с общественностью и современная структура институтов пиар-деятельности.	4	2
2	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	4	
3	Государственные технологии. Создание имиджа государства.	4	2
4	Пиар-деятельность в политической сфере	4	2
5	Связи с общественностью в экономике	4	2
6.	Социальные пиар-технологии	2	
Итого:		22	8

4.5. Лабораторные работы - не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Новейшие политические ПР-технологии	доклад	4	12
2	Правительственные ПР-технологии: мировой и постсоветский опыт.	Устный доклад с презентацией	4	14
3	Новейшие рекламные и PR-технологии в бизнес-сфере.	реферат	4	12
4	Избирательные компании в США и РФ: отличия и сходства	доклад	4	12
5	Имидж президента РФ в российских и мировых СМИ	доклад	4	12
6	Образ силовых структур в СМИ	доклад	8	12
7	Новейшие рекламные ПР-технологии	Доклад (конкретные примеры)	8	13
Итого:			36	87

4.7. Курсовые работы - не предусмотрены данной дисциплиной.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков используются активные (лекционные, семинарские занятия, защита рефератов, подготовка докладов и информационных сообщений, тестирование) и интерактивные формы проведения занятий (компьютерные презентации, деловые и ролевые игры, анализ конкретных проблемных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов при подготовке к лекциям и практическим занятиям.

Работа в команде: совместная работа студентов при выполнении групповых домашних заданий по теме «Связи с общественностью в кризисных ситуациях».

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

- тестирование;
- реферат;
- конспектирование научных статей;
- контрольные работы.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме письменного экзамена и включает в себя ответы на теоретические вопросы и выполнение практического задания.

Баллы, которые получают студенты очной/заочной форм обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
2 семестр/2 триместр	
Подготовка к практическим занятиям	30
Контрольная модульная работа	30
Контроль самостоятельной работы	10
Экзамен	30
Итого за 2 семестр	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические	

		навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. – 140 с. – ISBN 978-5-507-48483-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/385982> (дата обращения: 19.02.2025). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов ; под редакцией С. Д. Резника. – 6-е изд. – Москва : Академический Проект, 2020. – 511 с. – ISBN 978-5-8291-2912-5. – Текст : электронный // Лань :

- электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/132275> (дата обращения: 27.02.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Кулаковский, Р. К. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: практикум : учебное пособие / Р. К. Кулаковский. – Новосибирск : СибГУТИ, 2024. – 53 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/508631> (дата обращения: 27.02.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
 4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2020. – 324 с. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/111036.html> (дата обращения: 17.07.2024). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
 5. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.] ; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. – 2-е изд. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 222 с. – ISBN 978-5-7567-0896-7. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/80707.html> (дата обращения: 13.11.2024). – Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью : модели, технологии, синергетический эффект / Т. Э. Гринберг. – Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2012. – 324 с. – ISBN 978-5-211-06399-0. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/54633.html> (дата обращения: 03.09.2025). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. – Саратов : Вузовское образование, 2017. – 125 с. – ISBN 978-5-906172-26-6. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/61081.html> (дата обращения: 17.12.2024). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Лашко, С. И. Международный бизнес. PR и рекламное дело : учебное пособие / С. И. Лашко, И. О. Пастухова. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2011. – 235 с. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/25973.html> (дата обращения: 18.11.2025). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. – 2-е изд. – Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. – 233 с. – ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html> (дата обращения: 01.11.2024). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

[illegible]