

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

Перетятая О.С.

« 16 » сентября 202 6 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Пиар в современной коммуникативной системе**

По направлению подготовки	42.04.03 Издательское дело
Программа магистратуры	Редактор средств массовой информации
Квалификация выпускника	магистр
Форма обучения	очная
Курс	1-й (2-й семестр)

Луганск, 2026



Рабочая программа учебной дисциплины «Пиар в современной коммуникативной системе» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело (программа магистратуры – редактор средств массовой информации) очной формы 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 08 сентября 2015 года № 608н, от 21 мая 2014 года № 332н (с изменениями от 12.12.2016 № 727н), от 04 августа 2014 года № 538н, от 17 января 2017 года № 40н.

**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 «26» декабря 2026 г., протокол № 6  
Заведующий кафедрой Куянцева Е.А. Куянцева

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

Председатель

Сысенко А.В. Сысенко

**СОГЛАСОВАНО:**

Директор Департамента образования

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

### 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 концепции 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
Общепрофессиональные		
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знать: методику анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.2. Уметь: выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов при их разностороннем освещении в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ОПК-2.3. Владеть: принципом беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов	<b>Знает:</b> специфику работы с общественностью в государственных институтах. <b>Умеет:</b> создавать тексты для освещения деятельности государственных институтов, следуя принципам социальной ответственности. <b>Владеет навыками:</b> принципами беспристрастности в создаваемых текстах, осуществляющих связи с общественностью в различных сферах коммуникативного пространства.

## 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
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>108</b> <b>(3 зач. ед)</b>	
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:</b>	<b>36</b>	
Лекции	14	
Семинарские занятия		
Практические занятия	22	
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа / курсовой проект		
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	36	
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>36</b>	
Форма аттестации	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	
	<b>2 семестр</b>		
1.	Функции связей с общественностью и современная	2	

	структура институтов пиар-деятельности.		
2.	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	2	
3.	Государственные технологии. Создание имиджа государства.	2	
4.	Пиар-деятельность в политической сфере	4	
5.	Связи с общественностью в экономике	2	
6.	Социальные пиар-технологии	2	
<b>Итого:</b>		<b>14</b>	

#### 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	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	4	
3	Государственные технологии. Создание имиджа государства.	4	
4	Пиар-деятельность в политической сфере	4	
5	Связи с общественностью в экономике	4	
6.	Социальные пиар-технологии	2	
<b>Итого:</b>		<b>22</b>	

#### 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	
2	Правительственные ПР-технологии: мировой и постсоветский опыт.	Устный доклад с презентацией	4	
3	Новейшие рекламные и PR-технологии в бизнес-сфере.	реферат	4	
4	Избирательные компании в США и РФ: отличия и сходства	доклад	4	
5	Имидж президента РФ в российских и мировых СМИ	доклад	4	
6	Образ силовых структур в СМИ	доклад	8	
7	Новейшие рекламные ПР-технологии	Доклад (конкретные примеры)	8	
<b>Итого:</b>			<b>36</b>	

#### 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	
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	<b>А</b> – 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	<b>В</b> – 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	<b>С</b> – 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	<b>D</b> – 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	<b>E</b> – 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	<b>FX</b> – 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	<b>F</b> – 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.

5. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (6-е издание) : учебник / Шарков Ф.И.. – Москва : Дашков и К, 2013. – 330 с. – ISBN 978-5-394-02353-8. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/24804.html> (дата обращения: 27.02.2026). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.



**в) Интернет-ресурсы:**

## Электронные библиотеки:

<http://cyberleninka.ru/>

<https://e.lanbook.com/book>

<https://www.iprbookshop.ru>

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд 1-316); книжный, газетный и журнальный фонд кафедры.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер), газетный и журнальный фонд кафедры.

Прочее: рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

## 9. Лист дополнений и изменений

[illegible]