

**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  
PR-технологии в медиасреде**

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело  
(уровень магистратуры)

Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная

Курс – 1 (2 семестр)

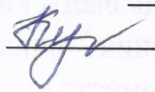


Рабочая программа учебной дисциплины PR-технологии в медиасреде является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело (программа магистратуры: Редактор средств массовой информации) очной формы обучения.

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» января 2026 г., протокол № 6  
Заведующий кафедрой  Е.А. Куянцева

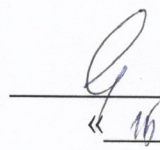
ОДОБРЕНА на заседании Учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций  
«14» января 2026 г., протокол № 6

Председатель

 А.В. Сысенко

**СОГЛАСОВАНО:**

Директор Департамента образования

 В.В. Савенков  
«16» января 2026 г.

## 1. Цели и задачи учебной дисциплины

### Цели:

- ознакомление магистрантов с теоретическими основами современных Пиар в медиасреде;
- формирование представления о разных технологиях успешного продвижения объекта PR-деятельности при помощи медиа;
- изучение специфики пиар-текста и его подготовки.

### Задачи:

- изучить технологии подготовки пиар-текстов для различных медиа;
- разрабатывать стратегии формирования репутации и имиджа субъекта публичных отношений.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

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

Дисциплина «PR-технологии в медиасреде» относится к дисциплинам (модулям) по выбору 4 (ДВ.4), части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.04.03 «Издательское дело». Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.04.02.

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 учебной дисциплины

Темы соответствуют названиям тем лекционного материала и темам семинарских занятий.

Тема 1. Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.

Связи с общественностью в контексте массовых коммуникаций. Управление корпоративными коммуникациями. Связи с общественностью в структуре медиаотношений.

Тема 2. Сущность и специфика современных паблик рилейшнз.

Системообразующие и системные факторы формирования связей с общественностью. Взаимодействие корпоративными коммуникациями. Синергетика коммуникативных процессов в связях с общественностью.

Тема 3. Коммуникационные технологии PR.

Технологии пиар в политической сфере: работа над имиджем избирающегося и избранного лидера. Работа в условиях кризиса. Специфика кризисных связей с общественностью.

Тема 4. Информационные PR-технологии.

Особенности пиар-технологий на информационном рынке. Пресс-релиз. Пресс-события. Информационный повод.

Тема 5. Формирование имиджа и репутации средствами PR.

Понятия имидж и репутация в сфере связей с общественностью. Специфика работы с имиджем в бизнес-сфере. Формирования имиджа и репутации в политической сфере.

Тема 6. Текстология PR.

Пиар-текст и современные концепции. Технологии подготовки пиар-текстов.

##### 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
1.	Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.	2	
2.	Сущность и специфика современных паблик рилейшнз.	2	
3.	Коммуникационные технологии PR	2	

4.	Информационные PR-технологии.	2	
5.	Формирование имиджа и репутации средствами PR.	4	
6.	Текстология PR.	2	
<b>Итого:</b>		<b>14</b>	

#### 4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	
1	Связи с общественностью как фактор массовых и корпоративных коммуникаций.	4	
2	Сущность и специфика современных паблик рилейшнз.	4	
3	Коммуникационные технологии PR	4	
4	Информационные PR-технологии.	4	
5	Формирование имиджа и репутации средствами PR.	4	
6.	Текстология PR.	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	Работа с имиджем действующего политика	доклад	4	
2	Репутационные PR-технологии: мировой и постсоветский опыт.	Устный доклад с презентацией	6	
3	Новейшие PR-технологии в бизнес-сфере.	реферат	6	
4	Современные избирательные компании в условиях обострения информационной войны	доклад	4	
5	Имидж лидера государства	доклад	6	
6	Корпоративные коммуникации в сфере пиар (примеры успешных взаимодействий)	доклад	4	
7	Новейшие рекламные PR-технологии	Доклад (конкретные примеры)	6	
<b>Итого:</b>			<b>36</b>	

#### 4.7. Курсовые работы - не предусмотрены.

#### 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 дневной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
2 семестр	
Подготовка к практическим занятиям	50
Контрольная модульная работа	30
Контроль самостоятельной работы	20
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>Д</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>Е</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>ФХ</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>Ф</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]