

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира
Даля»**

**Институт философии
Кафедра журналистики**

УТВЕРЖДАЮ:

**Директор института философии
Скляр П.П.**

(подпись)

«20» февраля 2025 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«PR В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДЕЛЕ»

По направлению подготовки **42.03.03 – Издательское дело**
Профиль «Редакционно-издательская деятельность»

Луганск – 2025

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в издательском деле» по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело. – 12 с..

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в издательском деле» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 525 (редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020); учебного плана по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (профиль подготовки «Редакционно-издательская деятельность»).

СОСТАВИТЕЛЬ:

доцент кафедры журналистики, кандидат философских наук, доцент Даренская В.Н.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
«__» _____ 20__ г., протокол № __

/ Заведующий кафедрой
журналистики

 Ю.П. Фесенко

Переутверждена: «30» 01 2025 г., протокол № 7

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии
«da» 02 2025 г., протокол № 6

Председатель учебно-методической комиссии
института философии

 С.А. Пидченко

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Изучение PR в издательском деле как одной из важных областей современной журналистской деятельности.

Задачи:

- знакомство с основными закономерностями процесса PR в издательском деле;
- изучение жанров и стилевых направлений PR в издательском деле;
- знакомство с особенностями PR в издательском деле как сферы творчества журналиста;
- воспитание навыков и культуры PR в издательском деле.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в часть, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело.

Основывается на базе дисциплин: «Введение в профессию», «Теория массовой коммуникации», «Рекламная деятельность».

Является основой для формирования профессиональных навыков и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-4. Способен участвовать в продвижении издательского продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-4.1. Участвует в разработке маркетинговой стратегии издательств и (или) предприятий распространения издательской продукции.	Знать: основные этапы развития PR в издательском деле; закономерности развития носителя информации; функции и свойства документов; проблемы PR в издательском деле; Уметь: решать основные проблемы PR в издательском деле; пользоваться специальной терминологией и ориентироваться в литературе по PR в издательском деле; выделять особенности, преимущества и недостатки тех или иных разновидностей PR в издательском деле;

	ПК-4.2. Владеет инструментами продвижения издательского продукта с помощью различных каналов и систем. ПК-4-3. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения издательской продукции	Владеть: навыками создания различными способами медиакритики; практическими навыками в освоении особенностей процесса исследования состава медиакритики конкретного учреждения, организации или предприятия; Знать: историю развития PR в издательском деле и её сущность; виды социальной информации; основные разновидности материальных носителей информации; Уметь: анализировать документную информацию; Владеть: опытом работы с различными видами и формами PR в издательском деле; Знать: способы PR в издательском деле и её структуру; Уметь: создавать различными способами документы и работать с ними; распознавать фальсифицированные документы; Владеть: навыками анализа документов, систем документации, документных ресурсов (массивов) и документной коммуникационной деятельности.
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)
--------------------	------------------------

	Очная форма	Очнозаочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)		108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	48		16
Лекции	24		8
Семинарские занятия	24		8
Практические занятия	-		
Лабораторные работы	-		
Курсовая работа (курсовой проект)			
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно- графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-		
Самостоятельная работа студента (всего)	60		92
Форма аттестации	зачет		зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Реклама в системе массовых коммуникаций

Определение рекламы. Функции и результаты воздействия рекламы. Устное сообщение/коммуникаций Роль рекламы в обществе. Реклама как средство передачи информации. Реклама в Древнем мире. Реклама в западных странах в Средние века и в период расцвета капитализма. Реклама в России до революции, в годы НЭПа, «доперестроечный» период. Особенности, тенденции и перспективы рекламного дела на рынках промышленноразвитых стран мира.

Тема 2. Виды и средства рекламы

Печатная реклама. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах. Телевизионная реклама. Особенности и типы телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Использование радиовещания в рекламных целях. Преимущества и недостатки радиовещания. Использование сети Интернет в рекламе. Наружная реклама. Преимущества и недостатки. Транзитная реклама и ее типы. Преимущества и недостатки транзитной рекламы.

Тема 3. Планирование PR-деятельности

Этапы планирования рекламной кампании. Сегментация и модели поведения потребителей. Медиапланирование. Основные стадии рекламного процесса. Прямые и косвенные участники рекламного процесса. Рекламодатели: виды, основные характеристики, функции. Рекламное агентство: виды, основные характеристики, функции. Потребитель как генератор обратной связи в рекламном процессе.

Тема 4. Организация PR-деятельности

Самостоятельные PR-организации. Организационные формы деятельности PR структур и служб. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя. Этические и правовые регуляторы рекламной практики. Требования к рекламе: благопристойность, честность, достоверность и пр. Нормативно-правовые документы, регулирующие рекламную деятельность в РФ. Основные положения Федерального закона о рекламе. Российский рекламный кодекс.

Тема 5. Психология рекламы

Психология рекламы Психологические особенности современного потребителя. Методы психологического воздействия рекламы на потребителя. Психологические приемы в рекламе. Работа с подсознанием в рекламе. НЛП. Этические проблемы психологических воздействий в рекламе.

Тема 6. Технология и содержание PR-деятельности

Инструменты массмедиа. Базовые PR документы. Перспективное и оперативное планирование PR. Государство и PR. Современное состояние, значение и задачи развития рекламного дела в России.

Тема 7. Инструменты PR-деятельности

Примеры деловых и пресс-мероприятий для представителей целевых аудиторий. Выставочное участие и спецмероприятия. Работа с современными информационными ресурсами. Оценка эффективности рекламной и PR деятельности Понятие эффективности в рекламе. Коммуникативная составляющая эффективности рекламы. Экономическая составляющая эффективности рекламы. Психологическая составляющая эффективности рекламы. Факторы, влияющие на выбор метода тестирования.

Тема 8. Экономическая составляющая эффективности рекламы

Экономическая составляющая эффективности рекламы. Основная цель экономической составляющей. Наращивание объемов сбыта и прирост финансового результата деятельности фирмы. Достижение экономической эффективности. Оценка экономической эффективности рекламы. Показатели эффективности рекламы: прирост товарооборота за период, прошедший после окончания рекламной кампании.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Реклама в системе массовых коммуникаций	3		1
2	Виды и средства рекламы	3		1
3	Планирование PR-деятельности	3		1
4	Организация PR-деятельности	3		1
5	Психология рекламы	3		1
6	Технология и содержание PR-деятельности	3		1
7	Инструменты PR-деятельности	3		1
8	Экономическая составляющая эффективности рекламы	3		1
Итого:		24		8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№	Название темы	Объем часов
---	---------------	-------------

п/п		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Реклама в системе массовых коммуникаций	3		1
2	Виды и средства рекламы	3		1
3	Планирование PR-деятельности	3		1
4	Организация PR-деятельности	3		1
5	Психология рекламы	3		1
6	Технология и содержание PR-деятельности	3		1
7	Инструменты PR-деятельности	3		1
8	Экономическая составляющая эффективности рекламы	3		1
Итого:		24		8

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Реклама в системе массовых коммуникаций	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		11
2	Виды и средства рекламы	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		11
3	Планирование PR-деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		11
4	Организация PR-деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	8		11
5	Психология рекламы	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	7		12
6	Технология и содержание PR-деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	7		12
7	Инструменты PR-деятельности	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной	7		12

		литературой.			
8	Экономическая составляющая эффективности рекламы	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	7		12
Итого:			60		92

4.6. Курсовые работы/проекты

Не предусмотрены учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические проводятся с использованием развивающих, проблемных, проектных, информационных (использование электронных образовательных ресурсов) образовательных технологий.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям по разделам дисциплины;
- творческие задания;
- рефераты;
- контрольные работы.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме экзамена.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются результаты по шкале оценивания, приведенной в таблице.

Характеристика знания предмета и ответов	Шкала оценивания
--	------------------

Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено
Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы	не зачтено

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с.
2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. - Москва : Юрайт, 2017. - 391 с.
3. Щепилова, Г. Г. Реклама [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 381 с. - <https://www.biblio-online.ru/book/5B5AE353-53DD-40E6-AEE5-60670F5234CE>.

б) дополнительная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с.
2. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 718 с.

г) интернет-ресурсы:

официальные

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL: <http://window.edu.ru>.
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru>.
3. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – URL: <https://digital.gov.ru/ru>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – URL: <http://fgosvo.ru>.
5. Российский портал открытого образования. – URL: <http://www.alleng.ru>.
6. Университетская информационная система России. – URL: <https://uisrussia.msu.ru>.
7. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. – URL: <http://obrnadzor.gov.ru>.
8. Федеральный портал «Российское образование». – URL: <http://www.edu.ru>.
9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – URL: <http://fcior.edu.ru>.
- профессиональные**
10. ГИПП : Союз предпринимателей печатной индустрии [сайт]. – URL: <http://www.gipp.ru>.
11. Грамота : справочно-информационный портал [сайт]. – URL: <http://gramota.ru>.
12. Медиаскоп : электронное научное издание. – URL: <http://www.mediascope.ru>.
13. Национальный корпус русского языка : информационно-справочная система [Электронный ресурс]. – URL: [http:// www.ruscorpora.ru](http://www.ruscorpora.ru).
14. Портал об издательском деле и редактировании. – URL: <http://www.redaktoram.ru>.
15. Российская книжная палата. – URL: <http://www.bookchamber.ru>.
16. Российское авторское общество по коллективному управлению правами при репродуцировании, копировании и ином воспроизведении произведений. – URL: <http://www.copyright.org>.
17. Российское авторское общество. – URL: <http://www.rao.ru>.
18. Сайт Союза журналистов России – URL: <https://ruj.ru>.
19. Словари, энциклопедии и справочники [Электронный ресурс]. – URL: <http://slovari.ru>.
20. Сообщество профессиональных корректоров «Корректор.Ру» // Блог-платформа Livejournal. – URL: <http://korrektor-ru.livejournal.com>.
21. Сообщество редакторов в ЖЖ. – URL: http://community.livejournal.com/ru_redaktor.
22. Справочно-информационный интернет-портал. – URL: <http://www.dic.academic.ru>.
23. Справочно-информационный интернет-портал. – URL: <http://www.slovari.yandex.ru>.

Электронные библиотечные системы и ресурсы

24. Библиоклуб : электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>.
25. Библиотека ГУМЕР – гуманитарные науки. – URL: <http://www.gumer.info>.
26. Библиотека открытых ресурсов Интернет. – URL: http://www.hi-edu.ru/abc_courses.html.
27. Библиотекарь.Ру. : бесплатная интернет-библиотека. – URL: <http://www.bibliotekar.ru>.
28. Киберленинка : научная электронная библиотека. – URL: <https://cyberleninka.ru>.
29. Консультант студента : электронная библиотечная система. – URL: <http://www.studentlibrary.ru>.
30. Образовательный ресурс. – URL: <http://www.openet.edu.ru>.
31. Публичная Электронная Библиотека. – URL: <http://www.lib.walla.ru>.
32. Российская государственная библиотека. – URL: <http://www.rsl.ru>.
33. Российская национальная библиотека. – URL: <http://www.nlr.ru>.
34. Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. – URL: <http://biblioclub.ru>.
35. Человек и наука : научная библиотека диссертаций. – URL: <http://cheloveknauka.com/filologiya/zhurnalistika>.
36. ЭБС «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com/?ref=dtf.ru>.
37. Электронная библиотека IQlib. – URL: <http://www.iqlib.ru>
38. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – URL: <https://www.studmed.ru>.
39. Электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.knigafund.ru>.
40. Юрайт : образовательная платформа. – URL: <https://urait.ru>.
41. DsLib.net : Библиотека диссертаций. – URL: <http://www.dslib.net>.
42. Scholar : Поиск научных публикаций. – URL: <http://www.scholar.ru>.

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

43. Научная библиотека имени А. Н. Коняева. – URL: <http://biblio.dahluniver.ru>.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Создание и редактирование медиапродукта» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
---------------------------	------------------------------------	--------

Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Антивирус	Avast	http://www.avast.com/ru-ru/index
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Распознавание текста	CuneiForm	http://cognitiveforms.ru/products/cuneiform/
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Видеоплеер	MediaPlayerClassic	http://mpc.darkhost.ru/
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/