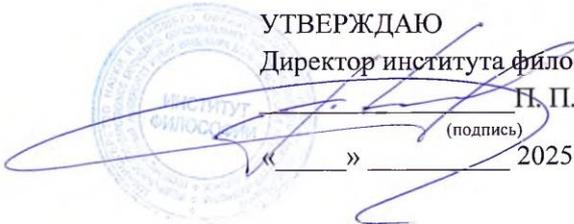


Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Луганский государственный университет  
имени Владимира Даля»

Институт философии  
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института философии  
П. П. Скляр  
(подпись)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_ 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 «20» 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;

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

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

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

	<b>Очная форма</b>	<b>Очнозаочная форма</b>	<b>Заочная форма</b>
<b>Общая учебная нагрузка (всего)</b>	<b>108 (3 зач. ед)</b>		<b>108 (3 зач. ед)</b>
<b>Обязательная контактная работа (всего) в том числе:</b>	<b>48</b>		<b>16</b>
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> )	-		
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>60</b>		<b>92</b>
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. Нарращивание 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	<b>Реклама в системе массовых коммуникаций</b>	3		1
2	<b>Виды и средства рекламы</b>	3		1
3	<b>Планирование PR-деятельности</b>	3		1
4	<b>Организация PR-деятельности</b>	3		1
5	<b>Психология рекламы</b>	3		1
6	<b>Технология и содержание PR-деятельности</b>	3		1
7	<b>Инструменты PR-деятельности</b>	3		1
8	<b>Экономическая составляющая эффективности рекламы</b>	3		1
<b>Итого:</b>		<b>24</b>		<b>8</b>

#### 4.5. Самостоятельная работа студентов

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

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

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