

**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 МЕДИАСФЕРЕ»

По направлению подготовки **42.03.02 – Журналистика**
Профиль «Универсальная журналистика»

Луганск – 2025

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в медиасфере» по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика – 11 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «PR в медиасфере» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524; учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

СОСТАВИТЕЛИ: профессор кафедры журналистика, доктор философских наук, доцент Даренский В.Ю.

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

(Заведующий кафедрой журналистики _____  Ю.П. Фесенко

Переутверждена: «30» 01 2025 г., протокол № 4

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института философии «30» 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

Целью изучения дисциплины «PR в медиасфере» является формирование навыков осуществления связей с общественностью и управления рекламной деятельностью, в том числе с использованием приемов и технологий маркетинга в социальных медиа; изучается продюсирование в медиасфере, которое способствует формированию навыков продвижения медиапроектов или отдельных средств медиасферы.

Задачи:

- дать представление об основных терминах и категориях рекламной и PR-деятельности, связанной со СМИ;
- проанализировать специфику и разновидности данных коммуникационных процессов в СМИ;
- продемонстрировать ведущие методы создания текстовых обращений в сферах рекламы и связей с общественностью

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Основывается на знаниях, полученных ранее в процессе изучения дисциплины бакалавриата «Жанры журналистики», «Медиакультура».

Является основой для формирования профессиональных навыков.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Студенты, завершившие изучение дисциплины «PR в медиасфере», должны:

знать:

основные методы исследования аудитории и выявления её запросов и потребностей, а также инструменты анализа поведения и предпочтений целевых групп;

принципы организации и координации деятельности подразделений в сфере медиа, особенности интеграции в их взаимодействие в рамках медиапроектов, а также основные модели взаимодействия с внешней средой, включая партнёров.

уметь:

применять результаты анализа аудитории для разработки медиапродуктов, адаптируя содержание и формат материалов в соответствии с ожиданиями и интересами целевой группы;

осуществлять координацию работы технических, управленческих и творческих команд на всех этапах реализации медиапроектов, обеспечивая эффективное взаимодействие между подразделениями и внешней средой.

владеть:

навыками сегментации аудитории, построения профилей целевых групп и создания медиапродуктов, соответствующих запросам общества, используя методы обратной связи и анализа эффективности медиапроектов;
навыками разработки и ведения плановой и отчетной документации для управления проектами в медиасфере, включая планирование ресурсов, контроль сроков и распределение задач между командами.

Перечисленные результаты образования являются основой для формирования следующих компетенций:

профессиональных:

ПК-2 – Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная 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	-		-
Практические занятия	24		8
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. Введение в маркетинг в социальных медиа.

Определение понятия маркетинга в социальных медиа. История и развитие социальных медиа платформ. Текущие тенденции и вызовы в маркетинге в социальных медиа.

Тема 2. Аудит и анализ социальных медиа платформ.

Понимание основных метрик и инструментов анализа Проведение аудита текущего присутствия в социальных медиа. Анализ конкурентов в социальных медиа.

Тема 3. Стратегии маркетинга в социальных медиа.

Определение целевой аудитории и создание buyer persona. Разработка стратегии присутствия в социальных медиа. Создание контент-плана и календаря изданий.

Тема 4. Создание и оптимизация контента для социальных медиа.

Создание и оптимизация контента для социальных медиа. Создание

привлекательного и релевантного контента. Оптимизация контента под разные социальные медиа платформы. Использование визуальных элементов и элементов дизайна.

Тема 5. Управление сообществом и взаимодействие.

Понимание значения и преимуществ социального взаимодействия. Управление комментариями, обратной связью и проблемами. Создание и поддержка активного сообщества.

Тема 6. Реклама и продвижение в социальных медиа.

Основные инструменты рекламы в социальных медиа. Разработка рекламных кампаний с использованием таргетинга. Оценка эффективности рекламы и ROAS (Return on Ad Spend).

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Введение в маркетинг в социальных медиа.	4		2
2	Аудит и анализ социальных медиа платформ.	4		2
3	Стратегии маркетинга в социальных медиа.	4		1
4	Создание и оптимизация контента для социальных медиа.	4		1
5	Управление сообществом и взаимодействие.	4		1
6	Реклама и продвижение в социальных медиа.	4		1
Итого:		24		8

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Введение в маркетинг в социальных медиа.	4		2
2	Аудит и анализ социальных медиа платформ.	4		2
3	Стратегии маркетинга в социальных медиа.	4		1
4	Создание и оптимизация контента для социальных медиа.	4		1
5	Управление сообществом и взаимодействие.	4		1
6	Реклама и продвижение в социальных медиа.	4		1
Итого:		24		8

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов		
			Очная	Очно-	Заочная

			форма	заочная форма	форма
1	Введение в маркетинг в социальных медиа.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		15
2	Аудит и анализ социальных медиа платформ.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
3	Стратегии маркетинга в социальных медиа.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		15
4	Создание и оптимизация контента для социальных медиа.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		15
5	Управление сообществом и взаимодействие.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		16
6	Реклама и продвижение в социальных медиа.	Выполнение домашнего задания. Работа со справочной, учебной литературой.	10		15
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 занятия 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;. 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 зачета.

**Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации
«зачет»**

Национальная шкала	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент глубоко и в полном объеме 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.
	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.
не зачтено	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

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс]: учебник для вузов / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – М.: ИД Высшей школы экономики, 2018. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759816638.html>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

2. Сотникова, О. П. Интернет-издание от А до Я: Руководство для веб-редактора: учебное пособие для студентов вузов / О. П. Сотникова. – Москва: Аспект Пресс, 2014. – 160 с. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707236.html>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

3. Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере: монография / О.И. Молчанова. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - ISBN 978-5-16-015086-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2079699>

4. Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы: учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019. - 164 с. - ISBN 978-5-7638-4073-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818918>

б) дополнительная литература:

1. Бессонова, Н. В. Композиция и дизайн в создании мультимедийного продукта / Н. В. Бессонова. – Новосибирск : Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ. – 2016. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/68773.html>. – Режим доступа: свободный. – Текст электронный.

2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России / Под ред. Е. Л. Вартановой. – Москва: Аспект Пресс, 2021. – 424 с. – ISBN 978-5-7567-1103-5. – Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711035.html>.

3. Иванова, Л. В. Жанры и форматы журналистики мнений: электронное учебно-методическое пособие / Л. В. Иванова. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2022. – 174 с. – ISBN 978-5-8259-1069-7. – URL: https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/25339/1/IvanovaLV_1-06-21_Z.pdf.

4. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – 2-е изд. – Москва: Высшая школа экономики, 2018. – 426 с. – ISBN 978-5-7598-1488-7. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887>.

5. Лукина, М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. – Москва: Аспект Пресс, 2013. – 348 с. – ISBN 978-5-7567-0542-3. – Текст: электронный // ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html>.

6. Медиа. Введение: учебник: пер. с англ. / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 535 с.

7. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. – 2-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА,

2017. – 550 с. – (Серия «Зарубежный учебник») – ISBN 978-5-238-00960-7. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028522>.

8. Мультимедийная журналистика: актуальные тренды, инструменты, сервисы [Электронный ресурс]: статья / О. Королева, 2020. – URL: <https://newreporter.org/2020/05/05/multimedijnaya-zhurnalistika-aktualnyetrendy-instrumenty-servisy/>.

9. Работа журналиста в цифровой периодике [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Смирнова О.В. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711370.html>.

10. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / И. М. Дзялошинский. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708905.html>.

11. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>

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>.

Электронные библиотечные системы и ресурсы

20. Библиоклуб: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>.

21. Библиотека ГУМЕР – гуманитарные науки. – URL: <http://www.gumer.info>.

22. Библиотека открытых ресурсов Интернет. – URL: http://www.hi-edu.ru/abc_courses.html.

23. Библиотекарь.Ру.: бесплатная интернет-библиотека. – URL: <http://www.bibliotekar.ru>.

24. .

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

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

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «PR в медиасфере» 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	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/

система		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/