

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)
Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Социально-гуманитарные и естественно-научные дисциплины»

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНД-ЖУРНАЛИСТИКА
Год утверждения программы: 2025
Разработчики рабочей программы дисциплины:
А. С. Щеглова

Составитель актуализации: к.п.н, доцент О.В. Перезовова

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,
профиль «Интегрированные коммуникации»

заочная форма обучения

*Одобрено кафедрой «Социально-гуманитарные и естественно-научные
дисциплины» протокол № 10 от 26 мая 2026 г.*

Челябинск, 2026

СОДЕРЖАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Наименование дисциплины	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	3
5.2 Учебно-тематический план	3
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	4
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	5
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	5
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	6
12. Описание материально технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	6

1. Наименование дисциплины

Бренд-журналистика.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

- заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего (в з. е. и часах)	Семестр 8
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	3/108
Аудиторные занятия	16	16
Лекции	8	8
Практические и семинарские занятия, в том числе занятия в интерактивных формах	8	8
Самостоятельная работа	92	92
Текущий контроль	контрольная работа	
Вид промежуточной аттестации	зачет	

5.2. Учебно-тематический план

- заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем дисциплины	Трудоемкость в часах				Формы текущего контроля успеваемости	
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа		Самостоятельная работа		
			Общая, в т.ч.:	Лекции			Семинары, практические занятия
1	Введение в научные основания теории и практик и бренд-журналистики	16	3	2	1	13	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
2	Бренд-журналистика и проблемы современного медиа-потребления	20	3	2	1	17	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
3	Бренд-журналистика как метод продвижения средств массовой информации	18	2	1	1	16	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
4	Бренд-	18	2	1	1	16	Доклад, анализ

	журналистика в контексте современных маркетинговых и лингвистических теорий						кейсов, групповая дискуссия
5	Бренд-журналистика как метод повышения лояльности аудитории СМИ	18	3	1	2	15	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
6	Приемы и методы создания успешного бренда в журналистике	18	3	1	2	15	Доклад, анализ кейсов, групповая дискуссия
	В целом по дисциплине	108	16	8	8	92	Согласно учебному плану: контрольная работа

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Савинков, С. В., Управление бренд-коммуникациями. Учебник с практикумом : учебник / С. В. Савинков. — Москва : КноРус, 2025. — 217 с. — URL: <https://book.ru/book/955413>.
2. Баранова, Е. А. Современная журналистика. Коммерческий аспект : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/569300>.
3. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 420 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/560303>.

Дополнительная литература:

4. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 368 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/560140>.
5. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — URL:

<https://urait.ru/bcode/561067>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>.
2. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru:8101/>.
3. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>.
4. Официальный сайт профессиональной корпорации психологов России <http://рпо.рф>.
5. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>.
6. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru:8101/>.
7. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>.
8. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>.
9. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>.
10. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>.
11. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>.
12. Образовательная платформа издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>.
13. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>.
14. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины «Бренд-журналистика»:

- 1) предполагает овладение материалами курса на основе активной работы студентов на лекциях, в ходе проведения семинарских занятий, а также выполнение тестовых заданий и заданий для самостоятельной работы, решение ситуационных задач;
- 2) базируется на знании теоретических основ микроэкономики и макроэкономики, учебной, энциклопедической и научной литературы.

Дисциплина «Бренд-журналистика» дает студентам комплексное представление о современных концепциях бренд-журналистики.

На лекциях объясняются наиболее сложные аспекты рассматриваемых тем, обсуждаются проблемы применения положений теории и нормативных правовых актов на практике, приводятся примеры, иллюстрирующие отдельные аспекты изучаемых вопросов, из зарубежного и отечественного опыта. Материалы лекций, рекомендуемое учебно-методическое обеспечение по темам служат основой для подготовки студентов к семинарским занятиям.

На *семинарских занятиях* обсуждаются основные вопросы изучаемой дисциплины, при этом студенты должны четко формулировать свой ответ, используя профессиональную терминологию, аргументировать свою позицию при анализе современных проблем, изучаемых тем. Основной

целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, формируемыми компетенциями, ходом выполнения студентами заданий для самостоятельной работы.

Для успешной подготовки к семинарским занятиям студенты должны использовать материалы лекций, а также учебную, энциклопедическую и научную литературу, нормативные правовые акты, рекомендуемые к изучению в рабочей программе дисциплины.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security;
2. Astra Linux Common Edition, Windows;
3. LibreOffice, Microsoft Office.

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».
2. База данных экономических индикаторов Всемирного Банка.
3. Статистическая база данных Росстата, Федерального казначейства, Международного валютного фонда World Economic Outlook Database, IMF International Financial Statistics.
4. Электронная библиотека Social Science Research Network, eLIBRARY.ru, BOOK.ru, Znanium.com.
5. База научных статей Национального бюро экономических исследований (NBER).
6. Электронная база Российской государственной библиотеки (РГБ) и Финансового университета.

12. Описание материально технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине «Бренд-журналистика» осуществляется в учебных аудиториях, оборудованных системами дистанционного проектирования и техническим средствами обучения, требует доступа к ресурсам Библиотечно-информационного комплекса Финансового университета, другим полнотекстовым электронным библиотекам и электронным коллекциям (BOOK.ru, Znanium.com, eLIBRARY.ru и др.), Интернет-ресурсам.