

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Горбачева
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 14:04:38
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcba0c6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей
школы креативных
индустрий
А.Г. Садыкова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Бренд-журналистика

Направление подготовки	42.04.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Медиаменеджмент и медиааналитика
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	3

Разработано
Доцент Департамента
медиакоммуникаций, канд. филол.
наук, доцент Горбачев А.М.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Бренд-журналистика» – формирование у студентов по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика комплексных знаний и профессиональных компетенций, необходимых для понимания сущности и стратегической роли бренд-журналистики в современной медиасреде, а также для самостоятельной разработки, планирования и реализации высококачественных журналистских и медийных проектов в интересах бренда.

Задачи освоения дисциплины:

1. Изучить и критически осмыслить теоретические основы, принципы и форматы бренд-журналистики, ее место в системе современных медиа и коммуникаций, а также этические и правовые аспекты, связанные с созданием контента в интересах бренда.
2. Освоить методы анализа успешных и неуспешных кейсов бренд-журналистики, определяя ее стратегическую роль для различных типов брендов и целевых аудиторий, а также выявляя актуальные тренды и вызовы отрасли.
3. Приобрести навыки разработки комплексных концепций интернет-проектов и медийных продуктов в рамках бренд-журналистики, включая формирование контент-стратегии, определение целевой аудитории, выбор форматов и каналов дистрибуции.
4. Развить практические умения по созданию, редактированию и подготовке к публикации журналистских и медийных материалов для брендов, а также освоить инструменты планирования и реализации бренд-журналистских проектов в соответствии с требованиями конкретных платформ и задачами бренда.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина по выбору «Бренд-журналистика» к блоку Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3). Ее освоение происходит в 3 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики СМИ / медиа	ИД-1 _{ПК-2} . Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.	Может свободно подготовить аналитические материал и его визуализацию с учетом требований учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа.
	ИД-2 _{ПК-2} . Анализирует информационную повестку интернет-СМИ и журналистскую деятельность.	Способен анализировать информационную повестку и медиаконтент, визуально презентовать

ПК-3. Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики / медиа	ИД-1 _{ПК-3} . Проводит анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа.	Способен проводить анализ интернет-проектов в сфере журналистики / медиа
	ИД-2 _{ПК-3} . Разрабатывает концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и пути ее реализации.	Умеет разрабатывать концепцию интернет-проектов в сфере журналистики / медиа и пути ее реализации.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	20/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	20/4
Самостоятельная работа	68
Формы контроля	
Зачет с оценкой	

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				Формы текущего контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Тема 1. Сущность и место бренд-журналистики в медиасистеме 1. Определение, история и ключевые характеристики бренд-журналистики. 2. Бренд-журналистика как явление на	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} .	2/0	2/0		68	Собеседование

	стыке журналистики, PR и маркетинга. 3. Роль и функции бренд-журналистики в современной медиасреде. 4. Эволюция бренд-контента и нативной рекламы.	ИД-2 _{ПК-3} .					
2.	Тема 2. Бренд как субъект и объект в контексте бренд-журналистики 1. Понятие бренда, его архитектура, идентичность и ценности. 2. Анализ и сегментация целевой аудитории бренда. 3. Связь стратегии бренда с контентной стратегией бренд-журналистики. 4. Tone of Voice (ToV) и визуальная айдентика бренда в медиаконтенте.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	2/0	2/0			Собеседование
3.	Тема 3. Стратегические цели и задачи бренд-журналистики 1. Построение осведомленности и узнаваемости бренда. 2. Формирование экспертного имиджа и доверия к бренду. 3. Вовлечение аудитории и создание лояльного сообщества. 4. Поддержка продаж и создание точек контакта на пути клиента.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	2/0	2/0			Собеседование
4.	Тема 4. Сторителлинг для бренда 1. Основы и принципы создания убедительных бренд-историй. 2. Структура нарратива и использование драматургических приемов в бренд-контенте. 3. Источники вдохновения и поиск тем для историй бренда. 4. Эмоциональная вовлеченность и построение связи с аудиторией через истории.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	2/0	2/0			Собеседование
5.	Тема 5. Форматы и типы контента в бренд-журналистике 1. Текстовые форматы: статьи, интервью, лонгриды, кейсы, white papers. 2. Визуальные форматы: фотоистории, инфографика, иллюстрации. 3. Аудио- и видеоформаты: подкасты, влоги, документальные фильмы, вебинары. 4. Интерактивные форматы, спецпроекты и геймификация.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	2/0	2/0			Собеседование
6.	Тема 6. Платформы и каналы дистрибуции бренд-контента 1. Собственные медиа бренда (блог, корпоративные издания, email-	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3	2/0	2/0			Собеседование

	рассылки). 2. Социальные сети: особенности контента и стратегии продвижения на разных платформах. 3. Внешние медиа: нативные публикации, партнерские проекты, пресс-релизы нового формата. 4. Мультиканальность и омниканальность в стратегии дистрибуции.	ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .					
7.	Тема 7. Разработка концепции бренд-журналистского проекта 1. Этапы и методология проектирования медиапродуктов для бренда. 2. Формулирование уникальной идеи, целей, задач и ключевого сообщения проекта. 3. Определение целевой аудитории, формата и платформы реализации. 4. Создание контент-плана и редакционной политики проекта.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	2/0	2/2			Собеседование
8.	Тема 8. Планирование и реализация бренд-журналистских проектов 1. Бюджетирование, оценка ресурсов и тайминг проекта. 2. Управление командой и производственным процессом. 3. Создание, редактирование и подготовка контента к публикации. 4. Запуск проекта, дистрибуция и взаимодействие с аудиторией.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	2/0	2/2			Собеседование
9.	Тема 9. Оценка эффективности, этические и правовые аспекты, тренды бренд-журналистики 1. Система метрик и KPI для измерения эффективности бренд-контента и проектов. 2. Анализ данных, отчетность и корректировка стратегии. 3. Этические стандарты бренд-журналистики, вопросы прозрачности и маркировки контента. 4. Правовые основы: авторское право, работа с персональными данными, регулирование рекламы и нативного контента. 5. Актуальные тренды, инновации и прогнозы развития бренд-журналистики.	ПК-2 ИД-1 _{ПК-2} . ИД-2 _{ПК-2} . ПК-3 ИД-1 _{ПК-3} . ИД-2 _{ПК-3} .	4/0	4/0			Собеседование
	ИТОГО за 3 семестр		20/0	20/4		68	
	ИТОГО		20/0	20/4		68	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Бренд-журналистика» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Даш-ков и К°», 2020 - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Балахонская Л. В. PR-текст: структура, содержание, оформление.— СПб.: Свое издательство, 2015 — 198 с.
2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8.
3. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в ч. Часть 1 Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022 — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по дисциплине «Бренд-журналистика» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Горбачев А.М.- Ставрополь: СКФУ, 2026.
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Бренд-журналистика» для студентов направления подготовки 42.04.02 – Журналистика // Горбачев А.М. - Ставрополь: СКФУ, 2026.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – www.biblioclub.ru ;
2	Научная электронная библиотека e-Library – https://elibrary.ru ;
3	«Фолиант» – http://catalog.ncstu.ru
4	Издательство «Юрайт» ONLINE» – http://biblio-online.ru ;
5	Электронная библиотека диссертаций РГБ – http://diss.rsl.ru
6	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) http://uisrussia.msu.ru ;

1. Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Учебная аудитория, укомплектована специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории: короткофокусный мультимедиа-проектор EpsonEB-536Wi, ПК Dell OptiPlex3040i3-6100 с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС, магнитно-маркерная доска.
Практические занятия	Учебная аудитория, укомплектована специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории: короткофокусный мультимедиа-проектор EpsonEB-536Wi, ПК Dell OptiPlex3040i3-6100 с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС, магнитно-маркерная доска, 26 компьютеров с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС (ПК dellOptiplex 3040, монитор dellE2416H, системный блок,

	клавиатура, мышь).
Самостоятельная работа	Помещение, укомплектованное специализированной мебелью и оснащено компьютерной техникой с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС: короткофокусный мультимедиа-проектор Epson EB-536Wi, ПК Dell OptiPlex 3040i3-6100 с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС, проектор Acer PD527W, МФУ HP LaserJet 3052, проигрыватель Sony SLV-D970P, ноутбук ASUS K42JC, ноутбук HP nx7300 T5600, ноутбук с выходом в интернет, магнитно-маркерная доска.
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде. Специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации.

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, научно-исследовательской работы обучающихся (переносной ноутбук, переносной проектор, компьютеры с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет).

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические

рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.