

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

*Институт мировой экономики и бизнеса*

---

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.02.18 Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)**

---

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

---

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Связи с общественностью

---

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» – актуализировать и/или сформировать компетенции по современным технологиям и коммуникациям в рекламе и PR.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- 1) изучить особенности коммуникационных практик в сфере рекламы и в сфере PR;
- 2) сформировать у студентов представление об особенностях современных коммуникаций в сфере рекламы;
- 3) сформировать у студентов представление об особенностях современных коммуникаций в сфере PR;
- 4) приобретение студентами практических навыков по коммуникациям с представителями профессионального сообщества и потенциальных работодателей.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
		ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО (вариативная компонента).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	Введение в специальность. История рекламы и связей с общественностью. Методы воздействия в массовых коммуникациях. Основы теории коммуникации. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR.	Кризисные коммуникации. Политический PR. Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Международные маркетинговые коммуникации. Управление коммуникационными кампаниями. Управление медиакампаниями.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	Введение в специальность. Социология. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Практика социальной рекламы.	Основы брендинга. Управление коммуникационными кампаниями. Управление медиакампаниями.

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» составляет 4 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2...	6	7	
Контактная работа, ак.ч.	68	-	-	34	34	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	68	-	-	34	34	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	-	-	-	-	-	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	58	-	-	29	29	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18	-	-	9	9	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	<b>144</b>	-	-	<b>72</b>	<b>72</b>
	зач.ед.	<b>4</b>	-	-	<b>2</b>	<b>2</b>

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	...	...	9
Контактная работа, ак.ч.	17				17
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17				17
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	118				118
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9				9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	<b>144</b>			<b>144</b>
	зач.ед.	<b>4</b>			<b>4</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Современные технологии и коммуникации в рекламе.	Коммерческая реклама; Социальная реклама; Политическая реклама; Международная реклама; Скрытая реклама; Прямая почтовая рассылка; Реклама в прессе; ООН (out-of-home) реклама; ТВ-реклама; Реклама на радио; Вирусная реклама; Контекстная реклама; FMCG-реклама; Ambient-media; Рекламодатель; Рекламное агентство; Рекламный ролик; Слоган; Логотип; Рекламный текст; Товарный знак; Целевая аудитория; Коммуникационная группа; Рекламный бюджет; Позиционирование; Сегментирование; Мониторинг рекламы.	ЛК
	Корпоративная идентичность; Спонсорство; Промоакции; УТП; Нейминг; Брендинг;	ЛК

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Креатив; Медиабаинг; Call-центр; B2B-коммуникации; B2C-коммуникации; BTL-коммуникации; ATL-коммуникации; Формула AIDA; Показатели медиапланирования.	
	Партизанский маркетинг; Event-маркетинг; SMM (socialmediamarketing).	ЛК
Раздел 2. Современные технологии и коммуникации в PR.	Media Relations; PR в ИМК; PR-кампания; Аудитория PR-коммуникации; Внешние аудитории; Внутренние аудитории; Имидж; Имидж территории; Имидж товара; Индивидуальный имидж; Корпоративный имидж; Личные продажи;	ЛК
	Интегрированные коммуникации; Интегрированные маркетинговые коммуникации; Каналы коммуникации; Стратегия коммуникации; Тактика коммуникации; Формула ROSIE; Формула RACE; Функции PR в компании; Эффективность коммуникации; Government Relations; Investor Relations; Внутрикorporативный PR.	ЛК
	Маркетинг; Маркетинговый PR; Общественное мнение; Общественность; Паблицити; Паблицитный капитал; Принцип коллегиальности; Принцип научной обоснованности; Принцип обратной связи; Принцип открытого информирования; Принцип социальной ориентации; Принципы связей с общественностью; Пропаганда; Прямой маркетинг; Реклама; Репутация; Связи с общественностью; Сканирование среды в PR; Сообщение; Стереотип; Стимулирование сбыта;	ЛК

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		<p>оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS</p>
Компьютерный класс	<p>Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ____ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.</p>	
Для самостоятельной работы обучающихся	<p>Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.</p>	<p>стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS</p>

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Кафидов В.В. Современный менеджмент [Текст/электронный ресурс]: Учебник / В.В. Кафидов, Н.Ю. Сопилко. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2018. - 380 с.: ил. - ISBN 978-5-209-08620-8:258.27.  
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6514>

### *Дополнительная литература:*

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: Курс лекций. - М.: ИКФ ЭКМОС, 2002, 2004. - 479 с.
2. Антипов К.В. Паблик рилейшнз: Учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: Дашков и К, 2002. - 148 с.
3. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент / Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2013. - 234 с.
4. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2001.
5. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации: Практические рекомендации. - 2-е изд., доп.. - СПб.: Питер, 2009. - 336 с.
6. Данилина В.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика: Учебное пособие для вузов / Под ред. Л.В. Минаевой. - М.: Аспект Пресс, 2006. - 288 с.
7. Картер Г. Эффективная реклама / Пер. с англ. - М.: Маркетинг, 2014. 230 с.
8. Полукаров В.Л. Основы рекламы. - М.: Дашков и К, 2012. - 236 с.
9. Райс Л. Расцвет PR и упадок рекламы / Пер. с англ. Т. Китаиной. - М.: АСТ, 2007. - 313 с.
10. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для вузов / Под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 198 с.
11. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации: Учебное пособие для студентов вузов. Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 172 с.
12. Юханов Н.С. PR-технологии и политическое консультирование в российской политике: Учебное пособие. - М.: Изд-во РУДН, 2008. - 175 с.

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:
  - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
  - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
  - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
  - ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
  - ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС «Троицкий мост»
2. Базы данных и поисковые системы:
  - базы данных Ассоциации менеджеров России;
  - база данных по бизнесу и экономике Business Source Complete;

- информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН;
- книжные коллекции издательства «SPRINGER»;
- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.О.02.18 «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=727150>.

**Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.**

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Доцент, кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Осмоловская А.В.**

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.