

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.05.2026 20:44:46  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **ЭФФЕКТИВНОСТЬ PR-КОММУНИКАЦИЙ**

(наименование дисциплины/модуля)

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

### **42.04.01 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):**

### **УПРАВЛЕНИЕ СВЯЗЯМИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Эффективность PR-коммуникаций» входит в программу магистратуры «Управление связями с общественностью» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение стратегий, инструментов и методов оценки и повышения эффективности публичных отношений в современном информационном пространстве с целью формирования компетенций по планированию и реализации успешных PR-кампаний.

Целью освоения дисциплины является познакомить студентов с основными принципами публичных отношений, научить анализировать и планировать коммуникационные стратегии, оценивать результативность PR-деятельности и разрабатывать мероприятия для улучшения имиджа компании или организации в современном конкурентном бизнес-окружении.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Эффективность PR-коммуникаций» 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)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
ПКО-3	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	ПКО-3.1 Формулирует концепцию научного исследования; ПКО-3.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; ПКО-3.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Эффективность PR-коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Эффективность PR-коммуникаций».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Проектная практика; <i>Клиентский сервис</i> **; <i>Брендинг территорий</i> **; Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций; Корпоративные коммуникации; <i>Бизнес-риторика</i> **;	Преддипломная практика;
ПКО-3	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций; Производственная практика;	Преддипломная практика;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Эффективность PR-коммуникаций» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	72
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	2

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы публичных отношений (PR)	1.1	Понятие и основные задачи PR-коммуникаций.	PR-коммуникации — это управляемая система взаимодействия организации с общественностью для формирования взаимопонимания, доверия и репутации. Их задачи: донесение ключевых сообщений, поддержание обратной связи, управление повесткой и кризисами, укрепление лояльности и социального капитала.	ЛК, СЗ
		1.2	История развития публичных отношений.	PR возникли из древних форм публичного влияния и оформились как профессия в конце XIX — начале XX века (пресс-агентство, Айви Ли, Эдвард Бернейс). Далее — институционализация и этические стандарты, переход к стратегическому управлению репутацией, глобализация и цифровая трансформация (медиа, соцсети, аналитика данных).	ЛК, СЗ
		1.3	Роль PR-коммуникаций в современном информационном обществе.	PR-коммуникации помогают ориентироваться в информационной перегрузке, выстраивая доверие, репутацию и устойчивые отношения со стейкхолдерами. В цифровой среде они обеспечивают согласованность сообщений во всех точках контакта и управление рисками в реальном времени на основе данных.	ЛК, СЗ
		1.4	Технологии и инструменты PR-деятельности.	Технологии: медиа-отношения и пресс-офис (пресс-релизы, питчи, медиа-киты), контент и сторителлинг (блоги, видео, подкасты), SMM и инфлюенсеры, SEO/SEM, e-mail/мессенджеры, ивенты и партнерства, внутренние коммуникации, антикризисные протоколы. Инструменты: мониторинг и социальное прослушивание, медиабазы и CRM, платформы рассылок и CMS, аналитика и дашборды, A/B-тесты, визуализация и планирование (контент-календарь), пресс-комнаты и лендинги кампаний.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегии и оценка эффективности PR-коммуникаций	2.1	Планирование коммуникационных стратегий в PR.	Стратегическое планирование в PR опирается на исследование и бриф: постановка SMART-целей, сегментация аудиторий/персон, формулировка позиционирования и ключевых сообщений, выбор каналов и тактик, ресурсный план, таймлайн и KPI. Реализация сопровождается матрицей рисков и антикризисными сценариями, контент-календарем,	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*
			атрибуцией и регулярной оценкой/оптимизацией по данным.	
		2.2 Виды PR-кампаний: корпоративные, кризисные, медиа-PR и другие.	Типы PR-кампаний: корпоративные, продуктовые/ланчевые, кризисные, медиа-PR, событийные/спецпроекты, цифровые/SMM, CSR и ESG, HR-брендинг, экспертные (thought leadership), внутренние коммуникации. Цели и метрики различаются (доверие, репутация, охваты, тональность, SOV, лояльность, лиды), инструменты — пресс-офис и медиарелизы, контент и инфлюенсеры, ивенты, соцслушание, антикризисные протоколы, аналитика и A/B-тесты.	ЛК, СЗ
		2.3 Методы оценки результативности PR-деятельности.	Методы: АМЕС (outputs-outtakes-outcomes), контент-анализ и тональность, доля голоса/SOV, проникновение сообщений, качество публикаций, охваты/RTC, бренд-лифт (осведомленность, доверие, намерение), опросы/NPS, веб-аналитика и атрибуция (UTM, трафик, рефералы, конверсии), соцслушание. Бизнес-связка: корреляции с KPI, A/B и до/после с контролем, MMM/MTA, стоимость за результат, дашборды KPI и регулярная оптимизация.	ЛК, СЗ
		2.4 Создание интегрированных PR-программ и их влияние на брендиование и репутацию компании.	Интегрированные PR-программы — это единая стратегия сообщений и контента для всех аудиторий и каналов (медиа, лидеры мнений, ивенты, digital, внутренние, CSR), основанная на инсайтах, четких KPI, календаре и координации тактик. Их эффект — рост узнаваемости и дифференциации бренда, консистентности и доверия, укрепление репутационной устойчивости и адвокации, что отражается в brand lift, доле голоса, тональности и намерениях.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 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.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Проекционный экран GEHA 244*244 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535995> (дата обращения: 23.04.2024).

2. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976> (дата обращения: 23.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная литература:*

1. Челенков Александр Петрович.

Персонализация маркетинговых коммуникаций / А.П. Челенков, А.Г. Азоев // Маркетинг. - 2013. - №3. - С. 67-77.

2. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536170> (дата обращения: 23.04.2024).

3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537250> (дата обращения: 23.04.2024).

4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17594-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533385> (дата обращения: 23.04.2024).

*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 «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- 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.elsevier.com/locate/scopus/](http://www.elsevier.com/locate/scopus)

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

1. Курс лекций по дисциплине «Эффективность PR-коммуникаций».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Осмоловская Анна  
Васильевна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина  
Вадимовна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина  
Вадимовна

*Фамилия И.О.*