

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 09:53:29
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Филологический факультет

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

(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):

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «» входит в программу «Реклама и связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в семестре курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 6 разделов и 6 тем и направлена на изучение основных инструментов New Media коммуникаций.

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами базовых знаний и навыков в этой области. Курсом выделяется наиболее репрезентативный материал, глубокое освоение которого позволяет студентам научиться самостоятельно понимать и оценивать возможности PR в New Media, овладеть навыками работы с основными инструментами New Media коммуникаций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «» 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-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;
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве;
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать	ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «» относится к .

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

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-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Введение в специальность; Основы маркетинга; Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций; Теория и практика массовой коммуникации; Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью; Организация и проведение PR-кампаний; Интегрированные коммуникации в бизнесе; Media relations; Деловой этикет; Правоведение;	
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Компьютерные технологии и информатика; Основы дизайна и композиции; Профессионально-ознакомительная практика;	
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа	Профессионально-ознакомительная практика; Введение в специальность; История рекламы и связей с общественностью; Основы менеджмента; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Теория и практика массовой коммуникации; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;	Преддипломная практика; Антикризисное управление; Отраслевой PR;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Имагология; Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью; Интегрированные коммуникации в бизнесе; <i>История русского искусства**</i> ;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Роль и место социальных сетей в современных коммуникациях.	1.1	Понятие New Media (NM) в массовых коммуникациях.	ЛК, СЗ
		1.2	Предпосылки возникновения и развития Public Relations (PR) в NM. Место и значение NM в массовых коммуникациях.	ЛК, СЗ
		1.3	Составляющие информационного поля: типы площадок и каналов 2.0.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегии и инструменты работы в New and Social Media	2.1	Роль и место социальных сетей в современных коммуникациях. Особенности распространения информации в интернете и предпосылки успешной коммуникации.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Проектный подход к работе в New media	3.1	New media для органов государственной власти. New Media как инструмент репутационного менеджмента	ЛК, СЗ
Раздел 4	Дополнительные возможности New media			
Раздел 5	Перспективы развития New and Social Media			
Раздел 6	Практика продвижения в New and Social Media	6.1	Технологии и тексты New and Social Media	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.	
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.	
Для самостоятельной	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для	

работы	проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	
--------	---	--

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Davidson, Dooley: Social Media Marketing. Student's Book with digib. – Express Publishing, 2019.
2. Бабаев А., Евдокимов Н. Контекстная реклама. – СПб.: Питер, 2011.
3. Брекенридж Д. PR 2.0: Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – М.: Эксмо, 2010.
4. Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. – М.: Альпина Паблишерз, Юрайт, 2017 г.
5. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М.: изд-во РУДН, 2001.
6. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: все о рг и рекламе в сети. – М.: Вершина, 2008.
7. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
- 8.
- Кэннелл Ш., Трэвис Б. Секреты продвижения на YouTube: Как увеличить количество подписчиков и много зарабатывать. – М.: Альпина, 2020.
- 9.
- Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. – М.: Альпина, 2018.
- 10.
- Максимюк К. Новый Интернет для бизнеса. Блоги. Социальные сети. Форумы. Видеохостинги. – М.: Эксмо, 2010.
- 11.
- 12.
- Монахов В. «СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования». – М.: 2002.
- Сенаторов А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях. – М.: Альпина, 2016.
- 13.
- Сенаторов А. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство. – М.: Альпина, 2015.
- 14.
- Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М.: Альпина Паблишерз, 2011.
- 15.
- Умаров М. PRописные истины. Почему не все могут сделать очевидное. – М.: Эксмо, 2019.
- 16.
- Халилов Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok роликов и других форматов социальных сетей. – М.: Альпина, 2022.
- 17.
- Филь М. Новые технологии управления миром. – М.: Синергия, 2016.
- 2.

Дополнительная литература:

1. Боярский А. Специалисты без связей с общественностью // Деньги, 2010 №36.
2. Вельф А. Бой с тенью // Деньги, 2010, № 44.
3. Дашковский И. Нафиг ваш трафик // Деньги, 2016, № 36.
4. Завалишин Д., Завалишина Е., Колмановская Е. Интернетско-русский разговорник. – М.: Прессверк, 2001.
5. Крюкова Е., Савельев Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи. – М.: Альпина, 2018.
6. Рубченко М. Наука блогерских войн // Эксперт, 2010, № 42.
7. Скрипников С. Связанные сетью 2.0 // Эксперт, 2010, № 39.
8. Стейплс Т., Янг Д. Прорваться сквозь шум: Как привлечь всеобщее внимание в сети. – М: Альпина, 2020.
9. Трофимова Г.Н. Русский язык в сетевых СМИ: этико-правовые аспекты. Материалы научно-практического семинара «Теория и практика лингвистического анализа текстов СМИ в судебных экспертизах и информационных спорах», ч.1, М.: 2002. - С.64 – 68.
10. Ющук Е.Л., Кузин А.В. Противодействие черному PR в Интернете. – М.: Вершина, 2008.
11. Evans Dave Social Media Marketing: An Hour a Day. – Sybex, 2008.

2.

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

<https://mega.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

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «».

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

РАЗРАБОТЧИК:

<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Еременко Елизавета Александровна <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович [М.](вн. совм.) Заведу <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович <i>Фамилия И.О.</i>