

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 09:39:06
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

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ PR-КАМПАНИЙ

(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 «Организация и проведение PR-кампаний» входит в программу бакалавриата «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 4 разделов и 23 тем и направлена на изучение следующих задач: • формирование у студентов знаний о принципах и методах PR-кампаний; • развитие навыков планирования и реализации PR-стратегий; • освоение инструментов оценки эффективности PR-мероприятий; • подготовка студентов к работе с различными аудиториями и медиаформатами; • формирование умений анализа медийного окружения и его влияния на общественное мнение.

Целью освоения дисциплины является изучение основ организации и проведения PR-кампаний, а также развитие практических навыков для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями и медиа.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» 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 и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;
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 «Организация и проведение PR-кампаний» относится к .

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

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 и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Профессионально-ознакомительная практика; Введение в специальность; Компьютерные технологии и информатика; Математика и статистика; Концепции современного естествознания; Основы экономики; Обучение служением;	
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	Философия; Политология; Теория и практика массовой коммуникации; Имагология; Деловой этикет; Правоведение;	Преддипломная практика; Межкультурная коммуникация; Антикризисное управление;
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Введение в специальность; Основы маркетинга; Теория и практика массовой коммуникации; Media relations; Деловой этикет; Правоведение;	Психология рекламы и PR; PR в органах государственной власти; Современная пресс-служба; New and Social Media;

* - 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	История PR и основы PR-деятельности	1.1	Вводная лекция. Основные этапы эволюции PR в 20 веке	ЛК, СЗ
		1.2	PR и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия	ЛК, СЗ
		1.3	Теоретические основы PR: теория коммуникации, теория диффузии, модель «иерархии воздействий», теория игр, теория «потребления и удовлетворения», ситуационная теория общественности Дж. Грюнига и четыре модели практики связей с общественностью Дж. Грюнига и Т. Ханта, колесо Бернштейна	ЛК, СЗ
Раздел 2	Компетенции PR-специалиста	2.1	Некоторые психологические особенности и аспекты профессиональной компетенции сотрудников PR-подразделений	ЛК, СЗ
		2.2	PR-специальности, внесенные в реестр специальностей Минтруда России	ЛК, СЗ
		2.3	PR-консультирование	ЛК, СЗ
Раздел 3	Планирование PR-кампаний и разработка PR-стратегии	3.1	Анализ ситуации, проведение SWOT-анализа компании/ организации, изучение конкурентов, анализ их PR-стратегий и отстройка от них, достоинства своего УТП	ЛК, СЗ
		3.2	Система мониторинга информационного поля, медиаанализ	ЛК, СЗ
		3.3	Постановка целей и задач, период проведения PR-кампании	ЛК, СЗ
		3.4	Определение KPI PR-кампании	ЛК, СЗ
		3.5	Определение целевых аудиторий, их потребностей, интересов, «болей»	ЛК, СЗ
		3.6	Разработка медиастратегии: выбор медиа и работа с ними	ЛК, СЗ
		3.7	Планирование бюджета	ЛК, СЗ
		3.8	Методы оценки	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			эффективности PR-кампании, анализ результатов, выполнение KPI	
Раздел 4	Реализация PR-кампании	4.1	Ключевые сообщения для трансляции	ЛК, СЗ
		4.2	Каналы коммуникации: традиционные медиа, цифровые платформы, специализированные мероприятия	ЛК, СЗ
		4.3	Инструменты коммуникации: smm, комьюнити-менеджмент, инфлюенс-маркетинг, контент-менеджмент и размещение материалов в СМИ, цифровых платформах, таргетированная реклама, e-mail-маркетинг, рекламная кампания	ЛК, СЗ
		4.4	Использование социальных медиа и digital-инструментов: TOV, разработка контент-плана и рубрикатора для соцсетей	ЛК, СЗ
		4.5	Работа со СМИ: пресс-релизы, пресс-конференции, интервью	ЛК, СЗ
		4.6	Контент-менеджмент: пресс-релизы, статьи, интервью, посты, видеоролики, инфографика, спецпроекты и другие материалы	ЛК, СЗ
		4.7	Организация и проведение публичных мероприятий	ЛК, СЗ
		4.8	Формирование имиджа, поддержание позитивного образа, работа над репутацией	ЛК, СЗ
		4.9	Кризисные коммуникации и управление конфликтами	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.	
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 работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для 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. Котлер Ф., Келлер К.Л. - "Маркетинг менеджмент". — М.: Питер, 2016.
2. Гребенникова Н. И. - "PR: Теория и практика". — М.: Инфра-М, 2019.
3. Бурова Т. В. - "Паблик рилейшнз: теория и практика". — М.: РГГУ, 2020.
4. Родионова Т. А. - "Организация PR-кампаний". — М.: Юрайт, 2018.
5. Смирнова Е. В. - "Стратегический PR: подходы и инструменты". — М.: Эксмо, 2021.

2.

Дополнительная литература:

1. Гудков Л. В., Петрова А. С. - "Современные технологии PR". — СПб.: Питер, 2017.
2. Кузнецова Н. А. - "PR в digital-среде". — М.: Альпина Паблишер, 2020.
3. Лебедева Н. В. - "Социальные медиа и PR: новые вызовы". — М.: Наука, 2019.
4. Семенова И. В. - "Этика в PR: теоретические и практические аспекты". — М.: Речь, 2021.
5. Тихомиров А. А. - "PR-стратегии для бизнеса". — М.: Дело, 2022.

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

<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

- 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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Организация и проведение PR-кампаний».

* - 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>	Шкурлатова Марина Викторовна <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>