

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:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В PR

(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 «Основы интегрированных коммуникаций в PR» 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 5 разделов и 10 тем и направлена на изучение интегрированных коммуникационных кампаний, особенностей современного медиарынка.

Целью освоения дисциплины является формирование ясного представления об интегрированных коммуникациях в рекламе, как эффективном инструменте коммуникационных кампаний, основах подготовки и реализации интегрированных коммуникационных кампаний, особенности современного медиарынка; специфику офлайн и онлайн СМИ; индустрии СМИ в системе рыночных отношений; функционировании СМИ в медийном пространстве, их концентрация и бизнес-моделирование СМИ; медиаизмерения, медиапланирование и медиамаркетинговые модели эффективных СМИ; проблемы интегрированных коммуникаций на растущих и зрелых рынках.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций в PR» 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-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними; УК-2.2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; УК-2.3 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач;
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого; УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат;
ПК-1	Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с	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)
	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 эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций в PR» относится к .

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

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-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Обучение служением;	Профессионально-ознакомительная практика; Преддипломная практика; Основы менеджмента; Социология массовых коммуникаций; Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью; PR в органах государственной власти; PR в контексте лингвоэкологии; Психология управления;
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<i>История русского искусства**</i> ; Правоведение; Обучение служением;	Основы менеджмента; Основы экономики; <i>Технологии производства развлекательных программ на ТВ**</i> ; <i>Профессиональная этика**</i> ; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Политический PR; Деловой этикет; Профессионально-ознакомительная практика; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
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 эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	<i>Введение в специальность; История русского искусства**;</i>	Основы менеджмента; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; <i>PR в индустрии культуры**;</i> Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой коммуникации; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Имагология; Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью; PR в органах государственной власти; New and Social Media; Интегрированные коммуникации в бизнесе; Антикризисное управление; Отраслевой PR; <i>Стереотипы в МК**;</i> Профессионально-ознакомительная практика; Преддипломная практика;

* - 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	Основы рекламы и PR: базовые определения.	1.1	Общие требования к рекламе и PR.	ЛК, СЗ
		1.2	История развития мировой рекламы и PR.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Распространение рекламы и PR.	2.1	Виды и жанры рекламы, модели PR. Выставки, ярмарки и презентации.	ЛК, СЗ
		2.2	Разработка и начальный этап рекламной кампании: фокус группа и e-mail рассылка.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Современный этап развития рекламы и PR.	3.1	Мировой рынок рекламы и PR.	ЛК, СЗ
		3.2	Особенности современного этапа развития рекламы и PR.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Социально психологическое воздействие рекламы и PR на потребителя и его механизмы.	4.1	Психологические характеристики потребителей рекламы.	ЛК, СЗ
		4.2	Эволюция рекламы и изменения в содержательной стороне рекламных обращений.	ЛК, СЗ
		4.3	Сегментация как средство эффективного позиционирования рекламы и PR.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Социально психологическое воздействие рекламы и PR на потребителя.	5.1	Модели PR: Пресс агентство, социально значимая информация, двусторонняя асимметрия, двусторонняя симметрия	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:

- Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Москва: ЮРАЙТ, 2022 (в двух частях). 80 п.л. Рекомендован в качестве учебника для ВУЗов.
- Музыкант В.Л. Реклама. Москва: РИОР, 2013.
- Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями (ATL-, VTL-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, брэнддинг). Полный курс МВА. Москва: ЭКСМО, 2009. 40 п.л. Рекомендовано Министерством образования и науки РФ в качестве учебного пособия по специальностям 350700 Реклама, 061500 – Маркетинг.
- Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Москва ИНФРА-М: 2012. 14 п.л. 220 с. Рекомендовано Министерством образования РФ в качестве учебного пособия по специальностям 032401 –Реклама, 080111 – Маркетинг и направлению Торговое дело - 100700.

2.

Дополнительная литература:

- Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. N.Y.: McGraw-Hill, 2021.
- Ньюсом К., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. М.: Инфра-М, Имидж Контакт, 2020.
- Основы теории коммуникации: Учебник/ под ред. проф. М.А.Василика. М., 2003.
- Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М., 1999.
- Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: очерки теорий прагматических коммуникаций. М.: Инфра-М, Имидж Контакт, 2003.
- Соколов А.В. Теория социальной коммуникации. СПб., 2001.
- Тоффлер А. Третья волна. Американская модель: с будущим в конфликте. М., 1984.
- Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для ВУЗов. СПб., 2003.
- Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.
- Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., Дело, 2003.
- Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник. М., 2002.

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 «Основы интегрированных коммуникаций в PR».

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

РАЗРАБОТЧИК:

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

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

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

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---