

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 12:35:27

Уникальный программный ключ:

sa953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

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

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНАЯ КУРСОВАЯ РАБОТА

(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):

ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Междисциплинарная курсовая работа» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 7 тем и направлена на изучение на объединение знаний и навыков из различных областей, таких как реклама, PR, маркетинг, журналистика, дизайн и другие, для структурирования теоретических знаний, связанных с продвижением бренда, продукта или услуги.

Целью освоения дисциплины является освоение студентами основных методов анализа международной и национальной коммуникационной практики.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Междисциплинарная курсовая работа» 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 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля; |
| 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 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений; |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; |
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и | ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной |

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | 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; |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами; |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Междисциплинарная курсовая работа» относится к обязательной части 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 «Междисциплинарная курсовая работа».

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 | Социология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы теории коммуникации; Основы менеджмента; Основы интегрированных коммуникаций в PR; | Управление человеческими ресурсами; <i>Авторское право</i> **; <i>Нейминг</i> **; <i>Организация работы отделов рекламы</i> **; <i>HR-коммуникации в PR</i> **; <i>Основы контент-маркетинга</i> **; <i>Организация работы PR-отделов</i> **; Психология рекламы и PR; <i>Внутренние коммуникации</i> **; <i>Контент цифровых медиа</i> **; <i>Менеджмент цифровых коммуникаций</i> **; <i>Практикум ведения переговоров</i> **; <i>Современные форматы Sales Promotion</i> **; <i>Социальный маркетинг</i> **; <i>Юридическое сопровождение в рекламе и PR</i> **; <i>Введение в лингвомаркетинг</i> **; Преддипломная практика; |
| 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 | Политология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы маркетинга; Основы менеджмента; Основы интегрированных коммуникаций в PR; | Маркетинговые исследования; Мировая экономика; Основы подготовки научно-практических работ; <i>Эмоциональный интеллект</i> **; <i>CRM-системы</i> **; Имидж регионов мира; <i>История коммуникационного бизнеса</i> **; <i>Практика немедийных коммуникаций</i> **; <i>Продвижение в шоу-бизнесе</i> **; <i>Современные аспекты мониторинга СМИ</i> **; <i>Создание видеоконтента</i> **; <i>Этика в маркетинговых</i> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | коммуникациях**; Управление медиамиксом**; Нейромаркетинг**; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Маркетинг на B2C рынке**; Преддипломная практика; |
| ОПК-4 | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы маркетинга; Русский язык и культура речи; Философия; Подготовка творческих работ к конкурсам; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Введение в специальность; Основы интегрированных коммуникаций в PR; | Маркетинговые исследования; Психология рекламы и PR; Оmnikanальный маркетинг; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; Преддипломная практика; |
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы маркетинга; Введение в специальность; Основы интегрированных коммуникаций в PR; | Имидж регионов мира; Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой информации; Оmnikanальный маркетинг; Основы брендинга; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Преддипломная практика; |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; История рекламы и связей с общественностью; Основы менеджмента; <i>Реклама в современном мире**</i> ; <i>Современные технологии презентации**</i> ; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Введение в специальность; Основы интегрированных коммуникаций в PR; <i>Актуальные аспекты PR-деятельности**</i> ; <i>Введение в журналистику**</i> ; <i>Креатив в дизайне**</i> ; <i>Креативные коммуникации**</i> ; <i>Практические аспекты в рекламе**</i> ; <i>Основы разработки PR-проектов**</i> ; <i>PR в современном мире**</i> ; <i>Разработка рекламной идеи**</i> ; <i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**</i> ; | Медиапланирование; Управление человеческими ресурсами; <i>Организация работы отделов рекламы**</i> ; <i>Мобильный маркетинг**</i> ; <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i> ; <i>Организация работы PR-отделов**</i> ; <i>Out-of-home реклама**</i> ; Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой информации; Информационные технологии в рекламе и PR; <i>Анализ данных и искусственный интеллект**</i> ; <i>Копирайтинг в цифровых медиа**</i> ; <i>Менеджмент рекламного агентства**</i> ; <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**</i> ; <i>Теория и практика PR-</i> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</i> | <i>кампаний**;</i> <i>Тренды в медиапотреблении**;</i> <i>Управление кризисами**;</i> Оmnikanальный маркетинг; Креативные технологии в цифровой среде; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркет-плейсах; <i>Управление коммуникационными проектами**;</i> Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Копирайтинг в рекламе**;</i> Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; <i>Разработка Digital-проекта**;</i> <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i> <i>Копирайтинг в PR**;</i> 2-я производственная практика; Преддипломная практика; |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы маркетинга; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в PR; | Маркетинговые исследования; Медиапланирование; <i>Медиаэкономика**;</i> <i>Спичрайтинг**;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i> <i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Бренд-коммуникации**;</i> <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> <i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i> <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i> International Marketing Communications; <i>Innovation Marketing**;</i> Информационные технологии в рекламе и PR; <i>Визуальная коммуникация</i> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | <p><i>бренда**;</i> <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i> <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;</i> <i>Коммуникационный дизайн**;</i> <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i> <i>Креатив в маркетинге**;</i> <i>Культурно-креативные индустрии**;</i> <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> <i>Методы коммуникационных исследований**;</i> <i>Performance-маркетинг**;</i> <i>Социальный брендинг**;</i> <i>Спонсорство и партнерство**;</i> Оmnиканальный маркетинг; Креативные технологии в цифровой среде; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркет-плейсах; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; <i>Копирайтинг в рекламе**;</i> Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; <i>Разработка нового продукта**;</i> <i>Креативные стратегии**;</i> <i>Копирайтинг в PR**;</i> 2-я производственная практика; Преддипломная практика;</p> |
| ПК-4 | <p>Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании</p> | <p>Социология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы маркетинга; Основы менеджмента; <i>Имидж территорий**;</i> Основы дизайна; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; <i>Бизнес-этикет**;</i> <i>Практика медиакоммуникаций**;</i> Основы интегрированных коммуникаций в PR; <i>Введение в коучинг**;</i> <i>Введение в психологию коммуникаций**;</i></p> | <p>Медиапланирование; Управление человеческими ресурсами; <i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой информации; Информационные технологии в рекламе и PR; <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> Оmnиканальный маркетинг; Креативные технологии в</p> |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p><i>Основы работы с общественным мнением**;</i> <i>Стереотипы и архетипы в коммуникациях**;</i> <i>Тренды медиадизайна**;</i> <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i> <i>Развитие креативного мышления**;</i> <i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i> <i>История кинематографа**;</i> Учебная практика;</p> | <p>цифровой среде; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркет-плейсах; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; 2-я производственная практика; Преддипломная практика;</p> |

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Междисциплинарная курсовая работа» 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) |
|--------------------------------------------------|----------------|-----------|-------------|
| | | | 4 |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i> | 0 | | 0 |
| Лекции (ЛК) | 0 | | 0 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | | 0 |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 0 | | 0 |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 72 | | 72 |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 0 | | 0 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 72 | 72 |
| | зач.ед. | 2 | 2 |

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 | Подготовка и написание курсовой работы по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре теме | 1.1 | Выбор темы | |
| | | 1.2 | Работа с литературой, определение эмпирической базы курсовой работы | |
| | | 1.3 | Работа с научным руководителем, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем | |
| | | 1.4 | Проведение исследования, подведение итогов научного исследования, консультации научного руководителя | |
| Раздел 2 | Защита курсовой работы | 2.1 | Требования к оформлению курсовой работы | |
| | | 2.2 | Методические рекомендации к выполнению основных разделов курсовых работ | |
| | | 2.3 | Написание текста курсовой работы, написание научным руководителем отзыва на курсовую работу | |

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – 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) |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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. Ильин А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст/электронный ресурс] : Курс лекций / А.С. Ильин. - Электронные текстовые данные. - М.: КноРус, 2017. - 141 с. - ISBN 978-5-390-00396-1: 333.52. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

2. Основы рекламы: прикладные задачи и методы их решения [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие / Под ред. Д.П. Фролова, Е.Г. Попковой. - Электронные текстовые данные. - М.: КноРус, 2016, 2017. - 194 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-03772-0. - ISBN 978-5-406-05901-2: 563.53. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6288>

3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. -

159 с. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

Дополнительная литература:

1. Бузни Е.Н. История связей с общественностью [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. ; Электронные текстовые данные. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. - 224 с. //

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6301>

2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/425906> (дата обращения: 04.05.2019).

3. Оришев, А. Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием / А. Б. Оришев. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 312 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485123> (дата обращения: 15.04.2022). – Библиогр.: с. 295-307. – ISBN 978-5-4475-9546-3. – Текст: электронный.

4. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз: Учебное пособие для студентов вузов. - Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 184 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3557>

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.elsevier.com/locate/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Междисциплинарная курсовая работа».

* - 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 «Междисциплинарная курсовая работа» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

| | | |
|-----------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------|
| <hr/> <i>Должность, БУП</i> | <hr/> <i>Подпись</i> | <hr/> Осмоловская Анна Васильевна <i>Фамилия И.О.</i> |
|-----------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------|

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

| | | |
|---------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------|
| <hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i> | <hr/> <i>Подпись</i> | <hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i> |
|---------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------|

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

| | | |
|----------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------|
| <hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i> | <hr/> <i>Подпись</i> | <hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i> |
|----------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------|