

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.05.2025 12:34:47  
Уникальный программный ключ:  
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **КРЕАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(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**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Креативные коммуникации» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 6 тем и направлена на изучение и развитие личного творческого потенциала и принятия нестандартных решений в рамках построения коммуникационных стратегий, изучение основ и направлений креативных коммуникаций.

Целью освоения дисциплины является изучение новых технологий и трендов в современных коммуникациях, принципов проджект-менеджмента, планирования и производства креативных проектов, знакомство с кейсами креативного пиара и маркетинга, реализация своих первых креативных проектов не выходя из аудитории.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Креативные коммуникации» 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<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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;<br>ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Креативные коммуникации» 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 «Креативные коммуникации».

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

| Шифр | Наименование компетенции                                                            | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |                                             | Производственная (ознакомительная) практика;<br>Преддипломная практика;<br>Производственная (проектная) практика;<br>История рекламы и связей с общественностью;<br>Основы менеджмента; |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------|--------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                          |                                             | <p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;<br/>         Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br/>         Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br/>         Основы связей с общественностью;<br/>         Управление человеческими ресурсами;<br/>         Информационные технологии в рекламе и PR;<br/>         Теория и практика массовой информации;<br/>         Психология рекламы и PR;<br/>         Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;<br/>         Основы брендинга;<br/>         BTL-технологии продвижения;<br/>         Креатив в рекламе;<br/>         Поведение потребителей;<br/>         Теория и практика продаж в рекламе;<br/> <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**;</i><br/> <i>Копирайтинг в рекламе**;</i><br/> <i>Копирайтинг в PR**;</i><br/> <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i><br/> <i>Тренды в медиапотреблении**;</i><br/> <i>Теория и практика PR-кампаний**;</i><br/> <i>Out-of-home реклама**;</i><br/> <i>Управление коммуникационными проектами**;</i><br/> <i>Разработка Digital-проекта**;</i><br/> <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i><br/> <i>Менеджмент рекламного агентства**;</i><br/>         Медиапланирование;<br/> <i>Управление кризисами**;</i><br/> <i>Контент-маркетинг**;</i><br/> <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i><br/> <i>Мобильный маркетинг**;</i><br/> <i>Организация работы отделов рекламы**;</i><br/> <i>Организация работы PR-отделов**;</i><br/> <i>Менеджмент цифровых</i></p> |

| <b>Шифр</b> | <b>Наименование компетенции</b> | <b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b> | <b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b> |
|-------------|---------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
|             |                                 |                                                    | <i>коммуникаций**;</i>                          |

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Креативные коммуникации» составляет «3» 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) |
|-------------------------------------------|--------------|-----|-------------|
|                                           |              |     | 1           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 34           |     | 34          |
| Лекции (ЛК)                               | 17           |     | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |     | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 17           |     | 17          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 74           |     | 74          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 0            |     | 0           |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 108 | 108         |
|                                           | зач.ед.      | 3   | 3           |

## 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      | Введение в креативные коммуникации | 1.1                       | Креативный маркетинг. Виды инструментов креативного маркетинга                             | ЛК, СЗ              |
|               |                                    | 1.2                       | Коллаборации, кобрендинги и их функциональное преимущество в продвижении продуктов и услуг | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Основы креативности и инноваций    | 2.1                       | Лидеры мнений и их роль в создании имиджа бренда                                           | ЛК, СЗ              |
|               |                                    | 2.2                       | PR-тренды в эпоху цифровой трансформации                                                   | ЛК, СЗ              |
|               |                                    | 2.3                       | Что такое Real Time PR, и как его применять во благо бренда                                | ЛК, СЗ              |
|               |                                    | 2.4                       | Бренд-менеджмент: как работает управление брендом и что о нём нужно знать                  | 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. Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Айвен Сетиаван. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения - М.: Бомбора, 2024. - 272 с.

2. Глазова Лилия. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций - М.: Альпина PRO, 2021. - 168 с.

*Дополнительная литература:*

1. Банчуков Д.А. Денег нет, но вы пиарьтесь! Химия хайпа и 99 кейсов с вирусными приемами - М.: Эксмо, 2021. - 164 с.

2. Найт Фил. Продавец обуви. История компании Nike, рассказанная ее основателем - М.: Бомбора, 2024. - 496 с.

*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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Креативные коммуникации».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Преподаватель

*Должность, БУП*

*Подпись*

Макеева Вера  
Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

*Должность БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина  
Вадимовна

*Фамилия И.О.*