

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 27.05.2026 16:07:43  
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)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций в PR» входит в программу бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Вечерне-заочное отделение филологического факультета. 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 общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности	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)
	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 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 «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		Профессионально-ознакомительная практика; Преддипломная практика; Социология массовых коммуникаций; 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	История русского искусства**; Профессиональная этика**;	Технологии производства развлекательных программ на ТВ**; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Политический PR; Деловой этикет; Нормативное обеспечение профессиональной деятельности; Профессионально-ознакомительная практика; Преддипломная 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 организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Введение в специальность; История русского искусства**;	Профессионально-ознакомительная практика; Преддипломная практика; Основы экономики и менеджмента; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; PR в индустрии культуры**; 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;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Интегрированные коммуникации в бизнесе; Отраслевой PR; Профессиональный воркшоп на русском языке**;

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций в PR» 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)
			2
Контактная работа, ак.ч	68		68
Лекции (ЛК)	34		34
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	22		22
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций в PR» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
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.	56		56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций в PR» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
Контактная работа, ак.ч	6		6
Лекции (ЛК)	4		4
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	2		2
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	93		93
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы рекламы и PR: базовые определения.	1.1	Общие требования к рекламе и PR.	Общие требования к рекламе и PR.	ЛК, СЗ
		1.2	История развития мировой рекламы и PR.	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.	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.	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.	Мировой рынок рекламы и PR.	ЛК, СЗ
		3.2	Особенности современного этапа развития рекламы и PR.	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.	Психологические характеристики потребителей рекламы.	ЛК, СЗ
		4.2	Эволюция рекламы и изменения в содержательной стороне рекламных обращений.	Эволюция рекламы и изменения в содержательной стороне рекламных обращений.	ЛК, СЗ
		4.3	Сегментация как средство эффективного позиционирования рекламы и PR.	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	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:

1. Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций. Москва: ЮРАЙТ, 2022 (в двух частях). 80 п.л. Рекомендован в качестве учебника для ВУЗов.
2. 2. Музыкант В.Л. Реклама. Москва: РИОР, 2013.
3. Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями (ATL-, BTL-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, брэнддинг). Полный курс MBA. Москва: ЭКСМО, 2009. 40 п.л. Рекомендовано Министерством образования и науки РФ в качестве учебного пособия по специальностям 350700 Реклама, 061500 – Маркетинг.
4. 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.

### Дополнительная литература:

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

*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](http://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!**

**РАЗРАБОТЧИКИ**

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

---

Еременко Е.А.

Фамилия И.О

---

Барабаш В.В.

Фамилия И.О

---