

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 16:11:35

Уникальный программный ключ:

ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

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

PR В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

(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)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «PR в современном мире» 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 4 разделов и 15 тем и направлена на изучение теоретических и прикладных аспектов деятельности по организации связей с общественностью в условиях современного состояния общества.

Целью освоения дисциплины является изучение генезис PR в контексте исторического развития сферы коммуникаций за рубежом и на российском рынке; усвоение основных рекламных и PR-понятий, специфику их применения в российской действительности в частном секторе и в государственных органах; овладение общепринятыми технологиями PR-деятельности; изучение креативной составляющей PR-деятельности; выяснение сходства и различия PR и журналистской деятельности; изучение мирового и отечественного рынка средств массовой информации; получение фундаментальных знаний о взаимодействии PR-специалиста с представителями средств массовой информации; овладение навыками PR-коммуникаций с различными группами общественности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «PR в современном мире» 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)
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;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «PR в современном мире» 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 «PR в современном мире».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
------	--------------------------	---	--

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		<p>2-я производственная практика; 1-я производственная практика; Преддипломная практика; История рекламы и связей с общественностью; Основы менеджмента; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Управление человеческими ресурсами; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой информации; Психология рекламы и PR; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; VTL-технологии продвижения; Креатив в рекламе; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**;</i> <i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> <i>Копирайтинг в рекламе**;</i> <i>Копирайтинг в PR**;</i> <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i> <i>Тренды в медиапотреблении**;</i> <i>Теория и практика PR-кампаний**;</i> <i>Out-of-home реклама**;</i> <i>Управление коммуникационными проектами**;</i> <i>Разработка Digital-проекта**;</i> <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i></p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>Менеджмент рекламного агентства**;</i> <i>Медиапланирование;</i> <i>Управление кризисами**;</i> <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Анализ данных и искусственный интеллект**;</i> <i>Мобильный маркетинг**;</i>

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «PR в современном мире» составляет «4» 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
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	110		110
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

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	ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ PR	1.1	Управление общественными отношениями (PR): подходы к определению понятия и сущность деятельности	ЛК, СЗ
		1.2	Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	ЛК, СЗ
		1.3	Правовые условия и этические нормы управления общественными отношениями	ЛК, СЗ
		1.4	Информационные модели в обществе и модели управления ими, анализ и формирование общественного мнения	ЛК, СЗ
Раздел 2	ФУНКЦИИ PR	2.1	Цели и функции связей с общественностью в организации (государственной, коммерческой)	ЛК, СЗ
		2.2	Формирование благоприятного образа организации и лидера	ЛК, СЗ
		2.3	Установление и поддержание взаимопонимания между организацией и ее общественностью: формула RACE	ЛК, СЗ
		2.4	Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде: кризисный PR	ЛК, СЗ
		2.5	PR в процессах внутрикорпоративного менеджмента	ЛК, СЗ
Раздел 3	ТЕХНОЛОГИИ PR	3.1	Планирование PR деятельности: исследование, стратегия, тактика	ЛК, СЗ
		3.2	PR в системе коммуникаций: каналы и взаимодействие со СМИ	ЛК, СЗ
		3.3	Управление информацией и формы подачи информационно - новостных материалов.	ЛК, СЗ
		3.4	Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия	ЛК, СЗ
Раздел 4	PR В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ	4.1	Связи с общественностью в политике и управлении государством. Современная пресс-служба	ЛК, СЗ
		4.2	Избирательные PR-кампании: понятие, технологии, «черный PR»	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	

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	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. Чумиков Александр Николаевич. 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. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6 : 220.00.¶

Дополнительная литература:

1. Ачкасова В. А. Связи с общественностью как социальная инженерия / В.А. Ачкасова. 2005.¶
2. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR/ Б.Л. Борисов. – М: Фаир-Пресс, 2001. – 621 с.¶
3. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. / И.Л. Викентьев. – Спб. Издательство: ТОО “ТРИЗ-ШАНС”, 1999. – 60 с.
4. Гасанов Э. В Практикум по электронному PR / Э. В. Гасанов. – М., 2008.¶
5. Горкина М. Б. PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR / М.Б. Горкина. – М., 2003.¶
6. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR / М.В. Гундарин. – М., 2009. ¶
7. Данилина В. В. Связи с общественностью: составление документов / В.В. Данилина. – М., 2012. ¶
8. Доскова И. С. Public Relations: теория и практика / И.С. Доскова. – М., 2004
9. Игнатъев Д. И. Настольная энциклопедия Public Relations / Д.И. Игнатъев. – М., 2003.¶
10. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики / Е.Г. Калиберда. – М., 2012.¶
11. Капитонов Э. А. Корпоративная культура и PR / Э.А. Капитонов. – М., 2003.¶
12. Кондратьев Э.В. Связи с общественностью / Э.В. Кондратьев. – М: Академический проект. 2-е перер., 2005. – 432 с.¶

13. Кто есть кто в российском PR. Коллект. Автор. – М., 2006.
14. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью / В.Ф. Кузнецов. – М., 2008.¶
15. Кузьменкова М. А. Связи с общественностью: гражданский диалог / М.А. Кузьменкова. 2010.¶
16. Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом / В.М. Маслова. – М., 2012.¶
17. Мединский В. Р. Негодяи и гении PR / В.Р. Мединский. – М., 2009.¶
18. Музыкант В. Л. Формирование брэнда средствами рекламы и PR / В.Л. Музыкант. – М., 2004.
19. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз от бизнеса до политики./ Е.Н. Пашенцев. – М., 2000. – 240 с.¶
20. Синяева И. М. Маркетинг PR и рекламы / И.М. Синяева. – М., 2011.
21. Тиккер Э. Паблик рилейшнз / Э. Тиккер. – М: Академический проект, 2005. – 336 с.
22. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью / А.Н. Чумиков. – М., 2012.
23. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз / Ф.И. Шарков. – М: Академический проект, 2005. – 304 с. ¶
24. Шомова С. А Связи с общественностью / С.А. Шомова. – М., 2011.¶
25. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.¶
26. Савельева О.О. Живая история российской рекламы. – М.: Гелла-принт, 2004.
27. Галумов Э. А. Основы PR / Э.А. Галумов. – М., 2004.¶
28. Маркони Дж. PR. Полное руководство / Дж. Маркони. – М., 2006.¶
29. Чумиков А.М. Связи с общественностью / А.М. Чумиков. – М: Дело. 2004. – 296 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

- 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 «PR в современном мире».

* - 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 «PR в современном мире» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна
Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.