

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

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

(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 «Междисциплинарный курсовой проект» входит в программу бакалавриата «Реклама» 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 и объединение знаний и навыков из различных областей, таких как реклама, PR, маркетинг, журналистика, дизайн и другие, для разработки целостного проекта или стратегии, направленных на продвижение бренда, продукта или услуги.

Целью освоения дисциплины является освоение студентами основных методов анализа и проектирования в международной и национальной коммуникационной практике.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Междисциплинарный курсовой проект» 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 «Междисциплинарный курсовой проект» 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 «Междисциплинарный курсовой проект».

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 связей с общественностью;	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 связей с общественностью;	Маркетинговые исследования; Мировая экономика; <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 коммуникациях</i> **; <i>Управление медиамиксом</i> **;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>Нейромаркетинг**;</i> Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; <i>Маркетинг на B2C рынке**;</i> <i>Психологические аспекты продвижения**;</i> Основы подготовки научно-практических работ и проектов; 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; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Введение в специальность; Основы связей с общественностью; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;	Маркетинговые исследования; Психология рекламы и PR; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; VTL-технологии продвижения; 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 связей с общественностью;	Имидж регионов мира; Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой информации; Основы брендинга; VTL-технологии продвижения; 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; <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</i>	Поведение потребителей; 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>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		коммуникационной деятельности**; Нестандартные рекламные и PR-технологии**; Основы связей с общественностью;	Менеджмент рекламного агентства**; Менеджмент цифровых коммуникаций**; Теория и практика PR-кампаний**; Тренды в медиапотреблении**; Управление кризисами**; Управление коммуникационными проектами**; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; Контент-маркетинг**; ВТЛ-технологии продвижения; Копирайтинг в рекламе**; Креатив в рекламе; Теория и практика продаж в рекламе; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Разработка Digital-проекта**; Теория и практика рекламных кампаний**; Копирайтинг в PR**; Производственная (проектная) 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 связей с общественностью;	Маркетинговые исследования; Поведение потребителей; Медиапланирование; Медиаэкономика**; Спичрайтинг**; Событийный маркетинг**; HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**; Организация работы отделов рекламы**; Бренд-коммуникации**; Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**; Организация работы PR-отделов**; Современные стратегии и тактики продвижения**; Эффективность коммуникационных кампаний**; International Marketing

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			Communications**; Innovation Marketing**; Информационные технологии в рекламе и PR; Визуальная коммуникация бренда**; Индустрия цифровых коммуникаций**; Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**; Коммуникационный дизайн**; Копирайтинг в цифровых медиа**; Креатив в маркетинге**; Менеджмент цифровых коммуникаций**; Методы коммуникационных исследований**; Performanse-маркетинг**; Социальный брендинг**; Спонсорство и партнерство**; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; BTL-технологии продвижения; Копирайтинг в рекламе**; Креатив в рекламе; Теория и практика продаж в рекламе; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Разработка нового продукта**; Креативные стратегии**; Копирайтинг в PR**; Marketing Communications Trends; Культурные и креативные индустрии**; Производственная (проектная) практика; Преддипломная практика;
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	Социология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы маркетинга; Основы менеджмента; Имидж территорий**; Основы дизайна; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Бизнес-этикет**;	Поведение потребителей; Медиапланирование; Управление человеческими ресурсами; Организация работы отделов рекламы**; Организация работы PR-отделов**; Психология рекламы и PR; Теория и практика массовой

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	планирования рекламной или PR-кампании	<i>Практика медиакоммуникаций**;</i> <i>Введение в коучинг**;</i> <i>Введение в психологию коммуникаций**;</i> <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> Основы связей с общественностью; Учебная практика;	информации; Информационные технологии в рекламе и PR; <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Основы брендинга; BTL-технологии продвижения; Креатив в рекламе; Теория и практика продаж в рекламе; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Производственная (проектная) практика; Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Междисциплинарный курсовой проект» 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
Контактная работа, ак.ч.	0		0
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	72		72
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	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 составление плана курсового проекта по выбранной и утвержденной на выпускающей кафедре тематике	1.1	Выбор темы	
		1.2	Работа с литературой, определение эмпирической базы курсового проекта	
		1.3	Работа с научным руководителем, составление плана работы, утверждение плана работы научным руководителем	
		1.4	Проведение исследования, подведение итогов научного исследования, составление проектного плана, консультации научного руководителя	
Раздел 2	Защита курсового проекта	2.1	Приведение разработанного плана в соответствие с требованиями к оформлению курсового проекта	
		2.2	Методические рекомендации к выполнению основных разделов курсовых проектов	
		2.3	Написание и согласование текста курсового проекта, написание научным руководителем отзыва на курсовой проект	

* - 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)
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

<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/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Междисциплинарный курсовой проект».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна

Васильевна

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.