

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.05.2026 16:07:42
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

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ PR-КАМПАНИЙ

(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 «Организация и проведение PR-кампаний» входит в программу бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Вечерне-заочное отделение филологического факультета. Дисциплина состоит из 4 разделов и 23 тем и направлена на изучение следующих задач: • формирование у студентов знаний о принципах и методах PR-кампаний; • развитие навыков планирования и реализации PR-стратегий; • освоение инструментов оценки эффективности PR-мероприятий; • подготовка студентов к работе с различными аудиториями и медиаформатами; • формирование умений анализа медийного окружения и его влияния на общественное мнение.

Целью освоения дисциплины является изучение основ организации и проведения PR-кампаний, а также развитие практических навыков для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями и медиа.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной 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;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Организация и проведение PR-кампаний» 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 «Организация и проведение PR-кампаний».

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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Профессионально-ознакомительная практика; Введение в специальность; Цифровая грамотность; Математика; Концепции современного естествознания;	
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Философия; Теория и практика массовой коммуникации; Имагология; Межкультурная коммуникация; Деловой этикет; Политология;	Преддипломная практика; Антикризисное управление; Основы проектной деятельности;
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Введение в специальность; Теория и практика массовой коммуникации; Media relations; Деловой этикет;	Психология рекламы и PR; PR в органах государственной власти; Современная пресс-служба; New and Social Media;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» 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)
			5
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
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» 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)
			6
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.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» 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)
			5
Контактная работа, ак.ч	10		10
Лекции (ЛК)	6		6
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	4		4
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	89		89
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	История PR и основы PR-деятельности	1.1	Вводная лекция. Основные этапы эволюции PR в 20 веке	Вводная лекция. Основные этапы эволюции PR в 20 веке	ЛК, СЗ
		1.2	PR и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия	PR и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия	ЛК, СЗ
		1.3	Теоретические основы PR: теория коммуникации, теория диффузии, модель «иерархии воздействий», теория игр, теория «потребления и удовлетворения», ситуационная теория общест­венности Дж. Грюнига и четыре модели практики связей с общественностью Дж. Грюнига и Т. Ханта, колесо Бернштейна	Теоретические основы PR: теория коммуникации, теория диффузии, модель «иерархии воздействий», теория игр, теория «потребления и удовлетворения», ситуационная теория общест­венности Дж. Грюнига и четыре модели практики связей с общественностью Дж. Грюнига и Т. Ханта, колесо Бернштейна	ЛК, СЗ
Раздел 2	Компетенции PR-специалиста	2.1	Некоторые психологические особенности и аспекты профессиональной компетенции сотрудников PR-подразделений	Некоторые психологические особенности и аспекты профессиональной компетенции сотрудников PR-подразделений	ЛК, СЗ
		2.2	PR-специальности, внесенные в реестр специальностей Минтруда России	PR-специальности, внесенные в реестр специальностей Минтруда России	ЛК, СЗ
		2.3	PR-консультирование	PR-консультирование	ЛК, СЗ
Раздел 3	Планирование PR-кампаний и разработка PR-стратегии	3.1	Анализ ситуации, проведение SWOT-анализа компании/ организации, изучение конкурентов, анализ их PR-стратегий и отстройка от них, достоинства своего УТП	Анализ ситуации, проведение SWOT-анализа компании/ организации, изучение конкурентов, анализ их PR-стратегий и отстройка от них, достоинства своего УТП	ЛК, СЗ
		3.2	Система мониторинга	Система мониторинга информационного поля, медиаанализ	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*	
			информационного поля, медиаанализ		
		3.3	Постановка целей и задач, период проведения PR-кампании	Постановка целей и задач, период проведения PR-кампании	ЛК, СЗ
		3.4	Определение КPI PR-кампании	Определение КPI PR-кампании	ЛК, СЗ
		3.5	Определение целевых аудиторий, их потребностей, интересов, «болей»	Определение целевых аудиторий, их потребностей, интересов, «болей»	ЛК, СЗ
		3.6	Разработка медиастратегии: выбор медиа и работа с ними	Разработка медиастратегии: выбор медиа и работа с ними	ЛК, СЗ
		3.7	Планирование бюджета	Планирование бюджета	ЛК, СЗ
		3.8	Методы оценки эффективности PR-кампании, анализ результатов, выполнение КPI	Методы оценки эффективности PR-кампании, анализ результатов, выполнение КPI	ЛК, СЗ
Раздел 4	Реализация PR-кампании	4.1	Ключевые сообщения для трансляции	Ключевые сообщения для трансляции	ЛК, СЗ
		4.2	Каналы коммуникации: традиционные медиа, цифровые платформы, специализированные мероприятия	Каналы коммуникации: традиционные медиа, цифровые платформы, специализированные мероприятия	ЛК, СЗ
		4.3	Инструменты коммуникации: smm, комьюнити-менеджмент, инфлюенс-маркетинг, контент-менеджмент и размещение материалов в СМИ, цифровых платформах, таргетированная реклама, e-mail-маркетинг, рекламная кампания	Инструменты коммуникации: smm, комьюнити-менеджмент, инфлюенс-маркетинг, контент-менеджмент и размещение материалов в СМИ, цифровых платформах, таргетированная реклама, e-mail-маркетинг, рекламная кампания	ЛК, СЗ
		4.4	Использование социальных медиа и digital-инструментов: TOV, разработка контент-плана и рубрикатора для соцсетей	Использование социальных медиа и digital-инструментов: TOV, разработка контент-плана и рубрикатора для соцсетей	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		4.5	Работа со СМИ: пресс-релизы, пресс-конференции, интервью	Работа со СМИ: пресс-релизы, пресс-конференции, интервью	ЛК, СЗ
		4.6	Контент-менеджмент: пресс-релизы, статьи, интервью, посты, видеоролики, инфографика, спецпроекты и другие материалы	Контент-менеджмент: пресс-релизы, статьи, интервью, посты, видеоролики, инфографика, спецпроекты и другие материалы	ЛК, СЗ
		4.7	Организация и проведение публичных мероприятий	Организация и проведение публичных мероприятий	ЛК, СЗ
		4.8	Формирование имиджа, поддержание позитивного образа, работа над репутацией	Формирование имиджа, поддержание позитивного образа, работа над репутацией	ЛК, СЗ
		4.9	Кризисные коммуникации и управление конфликтами	Кризисные коммуникации и управление конфликтами	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. Котлер Ф., Келлер К.Л. - "Маркетинг менеджмент". — М.: Питер, 2016.
2. Гребенникова Н. И. - "PR: Теория и практика". — М.: Инфра-М, 2019.
3. Бурова Т. В. - "Паблик рилейшнз: теория и практика". — М.: РГГУ, 2020.
4. Родионова Т. А. - "Организация PR-кампаний". — М.: Юрайт, 2018.
5. Смирнова Е. В. - "Стратегический PR: подходы и инструменты". — М.: Эксмо, 2021.

Дополнительная литература:

1. Гудков Л. В., Петрова А. С. - "Современные технологии PR". — СПб.: Питер, 2017.
2. Кузнецова Н. А. - "PR в digital-среде". — М.: Альпина Паблишер, 2020.
3. Лебедева Н. В. - "Социальные медиа и PR: новые вызовы". — М.: Наука, 2019.
4. Семенова И. В. - "Этика в PR: теоретические и практические аспекты". — М.: Речь, 2021.
5. Тихомиров А. А. - "PR-стратегии для бизнеса". — М.: Дело, 2022.

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 «Организация и проведение PR-кампаний».

* - 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