

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 01.06.2026 09:54:30
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт иностранных языков

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR)

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR) - ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК: ДВА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Связи с общественностью (PR)» входит в программу магистратуры «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR) - Иностранный язык: два иностранных языка» по направлению 45.04.02 «Лингвистика» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра Вуза-Партнёра. Дисциплина состоит из 5 разделов и 15 тем и направлена на изучение истории социальной деятельности и истории науки PR; базовой информации о системе современных публичных коммуникаций и особенностях связей с общественностью как результата взаимодействия социальных субъектов со значимыми для него сегментами публичной сферы.

Целью освоения дисциплины является подготовка студентов к решению задач в области современных связей с общественностью в рамках получаемой квалификации лингвиста, а также формирование у студентов правильного представления об этапах истории развития и современного состояния связей с общественностью, методологии науки о PR, содержания и характеристик основных коммуникационных технологий и коммуникационных продуктов в рамках более широкого научного поля Communication science.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Связи с общественностью (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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-4.1 Иметь представление о современных коммуникативных технологиях на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия;
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.1 Иметь представление о разнообразии культур в процессе межкультурного взаимодействия;
ПК-3	Способен осуществлять межкультурную коммуникацию и языковое посредничество во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества	ПК-3.1 Иметь представление о специфике межкультурной коммуникации и языкового посредничества во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью (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 «Связи с общественностью (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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке		Консультационная практика; Реклама; Маркетинг и интегрированные коммуникации;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.		Иностранный язык в бизнесе**; Иностранный язык в образовании**;
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.		История религий России; Международные связи с общественностью; Маркетинг и интегрированные коммуникации;
ПК-3	Способен осуществлять межкультурную коммуникацию и языковое посредничество во всех формах и видах, во всех сферах деятельности человека и общества		Консультационная практика; Маркетинг и интегрированные коммуникации; Иностранный язык в бизнесе**; Иностранный язык в образовании**;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Связи с общественностью (PR)» 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)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	18		18
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Связи с общественностью в системе массовых коммуникаций	1.1	Понятие и структура системы массовых коммуникаций	Классификация СМИ и СМК. Ретроспективный анализ появления массовой коммуникации и информации в обществе. Информационно-технологические революции. Современные СМИ и СМК.	ЛК, СЗ
		1.2	Связи с общественностью, реклама, журналистика, медиакommunikации в системе СМК	Связи с общественностью, реклама, журналистика, медиакommunikации и Communication Science. Communication Science и система СМК- специальная область наук по изучению массовых информационных процессов.	ЛК, СЗ
		1.3	Связи с общественностью: основные подходы к определению. Основные сферы PR	Сложность понятия. Проявления в области связей с общественностью. Институционализация в мире и России.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Связи с общественностью как социальный институт	2.1	Институционализация сферы связей с общественностью	Основные признаки связей с общественностью как социального института. Роль связей с общественностью в обществе. Институциональные формы связей с общественностью. Рынок PR в России.	ЛК, СЗ
		2.2	Правовые и этические основы связей с общественностью	Конституционные нормы, информационная отрасль права. Кейс РФ: Закон о СМИ, Закон о рекламе. Профессиональные кодексы.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Субъекты и объекты PR-деятельности	3.1	Субъекты PR-деятельности. Классификация	Понятие субъектов PR-деятельности. Базисные и технологические субъекты PR-деятельности. Классификация базисных и технологических субъектов PR-деятельности.	ЛК, СЗ
		3.2	Общественность как основной объект PR-деятельности	Понятие общественности в PR. Идентификационные признаки общественности.	ЛК, СЗ
		3.3	Целевые группы общественности	Понятие целевых групп общественности. Классификация целевых групп общественности. Целевые и приоритетные группы общественности. Внутренняя и внешняя общественность.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Результаты коммуникационной деятельности в области PR	4.1	"Своя" общественность и стейкхолдеры	Что такое - "своя общественность"? Понятия «паблисити», «общественная приемлемость», «корпоративная социальная ответственность», «внутренний PR».	ЛК, СЗ
		4.2	Репутационный капитал	Репутация и репутационный менеджмент. Алгоритмы репутационного менеджмента. Репутация и современные вызовы. ESG-тематика.	ЛК, СЗ
		4.3	Имидж, бренд, корпоративная идентичность	Имидж и его значение для деятельности субъекта PR. Имидж персональный и корпоративный: понятие и структура. Бренд и брендинг: эволюция понятия, виды и технологии. Корпоративная идентичность и ее компоненты: корпоративная стратегия и корпоративная политика, корпоративная философия как совокупность корпоративных ценностей, корпоративная миссия, корпоративный слоган, корпоративная культура, корпоративное кредо.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Деятельность специалиста по связям с общественностью	5.1	СМИ как ключевая аудитория в связях с общественностью	Информационное планирование и медиа-пул. Характеристика и типология СМИ. Электронные и печатные СМИ. Информационные агентства. Корпоративные СМИ. Основы ньюсмейкинга. Информационный повод. Ньюсмейкинг. Пресс-клиппинг и	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*
			медиа-досье. Пресс-служба в медиа-релейшнз.	
		5.2 Формы взаимодействия со СМИ в связях с общественностью	Пресс-конференция и брифинг. Пресс-тур. Пресс-завтрак (пресс-ланч), пресс-тур, пресс-подход. Интервью. Информационное спонсорство. Понятие ивентинга. Виды ивентов.	ЛК, СЗ
		5.3 Формы PR-коммуникации	Понятие «PR-текст». Пресс-релиз, пресс-цит. PR-медиатексты. Комбинированные PR-тексты. Смежные PR-тексты.	ЛК, СЗ
		5.4 Кризисный PR	«Известное неизвестное» и «неизвестное неизвестное». Работа в «информационном поле. Уроки Covid-19 и разбор кейсов.	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. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19117-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555978>
2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с.
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 322 с.

Дополнительная литература:

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 126 с.
2. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 140 с.
3. Глазова, Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций : практическое руководство / Л. Глазова. — Москва : Альпина ПРО, 2021. — 168 с.
4. Домбай, К. Конец пиара : Управление репутацией как финансовым капиталом : практическое руководство / К. Домбай. — Москва : Альпина ПРО, 2023. — 94 с.
5. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. — 4-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. — 294 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 <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 «Связи с общественностью (PR)».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

доцент кафедры теории и практики
иностранных языков

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

Ерохова Н.С.

Фамилия И.О

Соколова Н.Л.

Фамилия И.О