

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 22.05.2023 10:44:43  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

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

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Корпоративный PR**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

**38.03.02 «Менеджмент»**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

**Маркетинг**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Корпоративный PR» дать студентам необходимые знания по теории и практики проведения PR деятельности.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Корпоративный 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 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
		УК-2.2 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-2.3 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
ПКО- 2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКО-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках
		ПКО-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение
		ПКО-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПКО-3.2 Владеет навыками применения в процессе предпринимательской деятельности различных подходов к инновациям и инновационными подходами на решение традиционных проблем
		ПКО-3.3 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		ПКО-3.4 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке
		ПКО-3.5 Применяет современные модели развития и управления брендом компании на рынке

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Корпоративный PR» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Корпоративный 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-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Экономика предприятия Методы принятия управленческих решений Управление проектами Ознакомительная практика Производственно-управленческая практика	ВТЛ коммуникации АТЛ коммуникации Позиционирование городов мира: поиск идентичности Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Поведение потребителей Маркетинговые исследования	ВТЛ коммуникации АТЛ коммуникации Позиционирование городов мира: поиск идентичности Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	Маркетинг Маркетинг продаж	ВТЛ коммуникации АТЛ коммуникации Позиционирование городов мира: поиск идентичности Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

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

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

Общая трудоемкость дисциплины «Корпоративный PR» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа, ак.ч.	34								34
Лекции (ЛК)	17								17
Лабораторные работы (ЛР)									
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17								17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65								65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9								9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>108</b>							<b>108</b>
	зач.ед.	<b>3</b>							<b>3</b>

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	7	8
Контактная работа, ак.ч.					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.				
	зач.ед.				

\* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.				
	зач.ед.				

\* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Основы PR деятельности	<p><b>Тема 1. Сущность PR и основные этапы планирования</b></p> <p>Понятие PR и виды PR. Основные направления PR-деятельности. Внешние и внутрикорпоративные задачи PR-деятельности. Практические аспекты концепции PR. Механизм PR-деятельности. Функции PR-деятельности. Преимущества внешнего и внутреннего PR. Отличие PR от остальных элементов политики продвижения.</p> <p>Шестиэтапная модель PR-планирования. Процесс PR-трансформации. Цели и задачи PR-планирования. Медиа, используемые в PR- деятельности. Основные целевые группы общественности.</p>	ЛК, СЗ
	<p><b>Тема 2. Организация PR в компании</b></p> <p>Формирование структуры отдела PR в компании. Обязанности PR-менеджера. Четыре составляющие особой задачи PR-менеджера. Направления работы сектора PR. Сильные и слабые стороны в деятельности PR-менеджера и PR-отдела.</p> <p>Принципиальная модель организации PR. Основные подразделения PR-агентства. Варианты организационной структуры PR-агентства. Выбор PR-компании. Критерии выбора PR-агентства. Оценка PR-агентства. Преимущества и недостатки PR-консалтинговых структур.</p>	
Технологии и инструменты PR деятельности	<p><b>Тема 3. Технология и содержание PR-деятельности</b></p> <p>Особенности и сравнение медиаканалов по воздействию на потребителя. Рейтинг СМИ по их воздействию на население и стоимости. Отличительные особенности газет и журналов. Характеристики прессы.</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>Основные категории изданий. Расчет читательской аудитории. Виды специализированных проектов в прессе. Базовые PR-документы.</p>	
	<p><b>Тема 4. Инструменты PR-деятельности</b>  Виды и содержание пресс-мероприятий. Выставки и экспозиции. Основные выставочные комплексы РФ. Спецмероприятия: презентации, запуск объекта, профессиональные праздники/юбилеи, спортивные соревнования экскурсии. Современные информационные ресурсы.</p>	ЛК, СЗ
Прикладные аспекты PR деятельности	<p><b>Тема 5. Социальные PR-мероприятия</b>  Влияние компании на ее общественное окружение: круги на воде. Виды социальных PR-мероприятий: благотворительность, патронаж, спонсорство. Причины применения социальных PR-мероприятий в различных отраслях. Принципы проведения социальных PR-мероприятий. Содержание уровней социальных PR-мероприятий. Этапы построения социальных PR-мероприятий. Причины спонсорства. Сферы спонсорства. Основные формы благотворительности.</p>	ЛК, СЗ
	<p><b>Тема 6. Внутренний PR</b>  Корпоративные коммуникации. Критерии эффективности корпоративных коммуникаций. Структура затрат рабочего времени PR-руководителя. Управление корпоративными коммуникациями. Цели и задачи корпоративных коммуникаций. Средства внутреннего PR. Типы внутрифирменных изданий. Планирование содержания номера и получение для него материалов. Особые группы общественности и читателей. Обратная связь. Составление бюджета. Обсуждение цены издания. Новые виды внутрифирменных изданий. Правила разработки корпоративного стиля. Этапы разработки корпоративного стиля. Требования к корпоративного стиля в одежде. Профессиональные и деловые навыки эффективных специалистов по PR.</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>Персональные качества эффективных специалистов по PR. Возможные позиции в PR-отделе. Программа внутрифирменного обучения. Этапы периода адаптации. План вхождения в должность. Принципы внутрифирменного обучения. Программа мероприятий по внутреннему PR.</p>	
	<p><b>Тема 7. Взаимодействие в сети Интернет и СМИ</b>  Содержание WEB-сайта. Правила использования Интернета в PR-деятельности. Способы увеличения посещаемости сайта компании. Продвижение на тематических сайтах. Продвижение в социальных сетях, блогах и форумах. Бюджет продвижения в социальных медиа.  Противоречивые сферы ответственности и различные степени лояльности журналиста и PR-менеджера. Квалифицированное представление материала. Пресс-релизы. Формула из семи составляющих (SOLAADS). Расположение материала в новостном релизе, подготовленном с учетом формулы SOLAADS. Виды релизов. три основных вида встреч с представителями СМИ</p>	ЛК, СЗ
	<p><b>Тема 8. Формирование бюджета PR деятельности</b>  Основные методы формирования бюджета PR-отдела. Затраты на оплату труда. Офисные накладные расходы. Расходы по проведению мероприятий с представителями прессы. Издания для персонала. Затраты на выпуск внешнего издания. Затраты на организацию слайдовых и видеопрезентаций. Затраты, связанные с выпусками новостных релизов. Затраты на создание основных статей. Затраты на информационные услуги. Расходы, связанные с оказанием спонсорской поддержки. Расходы на организацию и проведение профессиональных (технических) конференций (семинаров). Затраты на организацию и проведение выставок.  Калькуляция гонораров. Формирование сметы расходов. Ведение и учет еженедельного табеля. Методы</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	формирования бюджета PR-программы консалтингового агентства.	

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – 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.	
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве <u>21</u> шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Аудитория 29	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ильин Анатолий Семенович. Теория и практика связей с общественностью [Текст] : Курс лекций / А.С. Ильин. - М. : КноРус, 2017. - 208 с. - ISBN 978-5-406-05443-7 : 563.53.
2. Иншакова Наталия Григорьевна. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования [текст] : Учебное пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2018. - 256 с. : ил. - ISBN 978-5-7567-0732-8 : 320.00.



3. Фадеева Елена Николаевна. Связи с общественностью [Текст] : Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. - М. : Юрайт, 2017. - 263 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00227-0 : 649.00.

4. Чернышева Анна Михайловна. Корпоративный PR [Текст] : Учебно-методическое пособие для студентов 4 курса, обучающихся по специальности 38.03.02 "Менеджмент" / А.М. Чернышева. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 60 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08282-8 : 75.59.

5. Чумиков Александр Николаевич. Связи с общественностью. Практикум [Текст] : Учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. - М. : Юрайт, 2018. - 173 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-06706-4 : 469.00.

#### *Дополнительная литература:*

6. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью [Текст] : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 206 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0 : 454.90

7. Ворошилов Валентин Васильевич. Теория и практика массовой информации [Текст/электронный ресурс] : Учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : КНОРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05842-8 : 908.49. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6268>

8. Шарков Феликс Изосимович. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М. : Проспект, 2018, 2017. - 224 с. - ISBN 978-5-392-27750-6 : 400.00.  
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

#### *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](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- 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 «Корпоративный PR».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**  
<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=10022>

**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 «Корпоративный PR» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

Доцент кафедры

«Маркетинг»



**Чернышева А.М.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Зав. Каф. Маркетинг



**Зобов А.М.**

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Зав. Каф. Маркетинг



**Зобов А.М.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

