

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 18.05.2023 18:02:57
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов имени
Патриса Лумумбы»**

Высшая школа промышленной политики и предпринимательства
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Digital PR

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 - Экономика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

E-commerce – электронная коммерция

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Digital PR» является получение обучающимися умений и навыков разработки PR-стратегии, эффективного использования каналов коммуникации и инструментов PR.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Digital PR» направлено на формирование у обучающихся следующих 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 проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций при организации PR-компании
		УК-1.2 Способен разрабатывать PR-стратегию предприятия
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 Способен применять современные коммуникативные технологии при организации PR-компании на различных площадках и в социальных сетях
		УК-4.2 Способен применять эффективные коммуникативные технологии в различных каналах
УК-7	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку	УК-7.1 Способен искать нужные источники информации и данные для организации PR-компании
		УК-7.2 Способен использовать полученную информацию для разработки PR-стратегии предприятия

	информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.	
ПК-2	Способен управлять реализацией стратегии поведения экономических агентов и оценивать их эффективность	ПКО-2.1 Способен разработать стратегию поведения экономических агентов для организации работы на различных площадках и в социальных сетях.
		ПКО-2.2 Способен оценивать эффективность работы экономических агентов

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Digital PR» относится к элективным дисциплинам блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Digital 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	-	Digital-маркетинг и продвижение Стратегическое управление в сфере торговли Стратегический и GROWTH маркетинг
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	Профессиональный иностранный язык	Стратегическое управление в сфере торговли Внешнеэкономическая деятельность
УК-7	Способен: искать нужные источники информации и данные,	IT-системы E-commerce	Digital-маркетинг и продвижение Стратегическое управление в сфере торговли

	воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.		
ПК-2	Способен управлять реализацией стратегии поведения экономических агентов и оценивать их эффективность	Цифровая экономика	Digital-маркетинг и продвижение Управление интернет-магазинами и маркетплейсами НИРМ Подготовка оформление и защита выпускной квалификационной работы

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

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Модули							
		1	2	3	4	5	6	7	8

<i>Контактная работа, ак.ч.</i>		36	-	-	36	-	-	-	-	-
в том числе:										
Лекции (ЛК)		18	-	-	18	-	-	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		18	-	-	18	-	-	-	-	-
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>		54	-	-	54	-	-	-	-	-
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>		18	-	-	18	-	-	-	-	-
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	-	-	108	-	-	-	-	-
	зач.ед	3	-	-	3	-	-	-	-	-

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. PR в цифровой среде	Тема 1.1. Разработка PR стратегии компании и проекта.	ЛК
	Тема 1.2. Построение стратегии присутствия проекта и компании в социальных сетях и СМИ. Планирование ивентов.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Методы аналитики и оценок в PR	Тема 2.1. Оценка эффективности PR-кампаний	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Оценка эффективности затрат на PR мероприятия	ЛК, СЗ
	Тема 2.3. Анализ системы присутствия компании на открытых площадках и методы повышение эффективности системы	ЛК, СЗ
Раздел 3. Методы работы с обратной связью	Тема 3.1. Работа с негативом на различных площадках и с социальных сетях.	ЛК
	Тема 3.2. Управление репутацией компании и проекта	СЗ СЗ
Раздел 4. Особенности PR в различных сферах	Тема 4.1. Каналы коммуникации и инструменты PR	ЛК, СЗ
	Тема 4.2. Особенности работы PR на маркетплейсах	ЛК, СЗ
	Тема 4.3. Особенности PR-кампаний интернет магазина и площадки.	ЛК, СЗ
	Тема 4.4. Особенности PR-кампаний с привязкой к различным областям.	ЛК, СЗ
Раздел 5. Основы бренд менеджмента	Тема 5.1. Брендинг: цели, особенности, процесс.	ЛК, СЗ
	Тема 5.2. Позиционирование бренда и элементы платформы бренда.	ЛК, СЗ
	Тема 5.3. Модели и концепция описания бренда	ЛК, СЗ

* - 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.	Дистанционные образовательные технологии. Доступ к платформе https://netology.ru
Лаборатория	Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.	-
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.	Дистанционные образовательные технологии. Доступ к платформе https://netology.ru
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	-
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.	Дистанционные образовательные технологии. Доступ к платформе https://netology.ru

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Архангельская И.Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации/ Архангельская И.Б., Мезина Л.Г., Архангельская А.С.- М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2023. - 171 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-369-01485-1 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=248479>
2. Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: учебное пособие / А.Ю. Дорский. - СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2019. - 216 с. ISBN 978-5-288-05937-7 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=353371>
3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358550>

Дополнительная литература:

1. Инновационный маркетинг: учебник / В.Д. Секерин. - 2019. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=333623>
2. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяева И.М. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. ISBN 978-5-238-02194-2 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=340891>
3. Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие / Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 171 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-369-01589-6. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=63825>
4. Осипова Е.А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебник / Е.А. Осипова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-013595-3 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=339675>
5. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. – М.: ИНФРА-М, 2019. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. (Высшее образование: Магистратура). ISBN 978-5-16-011795-9. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=348457>

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 «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 «Digital PR».
2. Презентационные материалы по курсу «Digital PR»

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

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

РАЗРАБОТЧИК:

методист БЮ ВО «Нетология»

Яганова М.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:
кафедры «Прикладная экономика»



А.А. Чурсин

Наименование БУП

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:
доцент кафедры «Прикладная экономика»



А.А. Островская

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.