

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.04.2026 13:43:59  
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**

### **КОРПОРАТИВНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН 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)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Корпоративные связи с общественностью» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение структуры и методов организации внутренних коммуникаций в организации.

Целью освоения дисциплины является изучение эффективных методов по управлению внутренними коммуникациями в компании для создания процесса взаимодействия между сотрудниками организации, ее подразделениями и руководством.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Корпоративные связи с общественностью» 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;
ПК-4	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии и методики ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-4.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, а также интегрирует различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций, в том числе и на международных рынках,; ПК-4.3 Формирует, использует и создает современные техники и методы продаж, эффективную систему товародвижения и каналов сбыта, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании;
ПК-5	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-5.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе; ПК-5.2 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании; ПК-5.3 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Корпоративные связи с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «Корпоративные связи с общественностью».

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	Ознакомительная практика; Производственно-управленческая практика; Основы гражданского и трудового права; Экономика предприятия; Бухгалтерский учет; Финансы; <i>АТЛ коммуникации**</i> ; <i>ВТЛ коммуникации**</i> ; Методы принятия управленческих решений; Экономика и организация внешнеэкономической деятельности; <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**</i> ; <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**</i> ;	Преддипломная практика;
ПК-4	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Производственно-управленческая практика; <i>Ценообразование в маркетинге**</i> ; <i>Политика бюджетирования в маркетинге**</i> ; <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**</i> ; <i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**</i> ; <i>Контент-маркетинг**</i> ; <i>Продвижение в социальных сетях**</i> ; <i>АТЛ коммуникации**</i> ; <i>ВТЛ коммуникации**</i> ; Маркетинговые коммуникации; Брендинг; Маркетинг продаж; Управление продуктом;	Преддипломная практика; <i>Маркетинговая логистика**</i> ; В2В маркетинг; <i>Организация каналов распределения**</i> ; <i>Маркетинг в зеленой экономике**</i> ; <i>Экологический маркетинг**</i> ;
ПК-5	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	<i>АТЛ коммуникации**</i> ; <i>ВТЛ коммуникации**</i> ; Маркетинг в отраслях и сферах деятельности; Основы проектной деятельности в управлении маркетингом; Производственно-управленческая практика;	В2В маркетинг; <i>Маркетинг в зеленой экономике**</i> ; <i>Экологический маркетинг**</i> ; 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 «Корпоративные связи с общественностью» 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)
			7
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56		56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Корпоративные связи с общественностью» 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)
			8
Контактная работа, ак.ч.	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	63		63
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 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	Основы PR деятельности	1.1	Сущность PR и основные этапы планирования	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. Шестиэтапная модель PR-планирования. Процесс PR-трансформации. Цели и задачи PR-планирования. Медиа, используемые в PR- деятельности. Основные целевые группы общественности.	СЗ
		1.2	Организация PR в компании	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. 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.	СЗ
Раздел 2	Технологии и инструменты PR деятельности	2.1	Технология и содержание PR-деятельности	Особенности и сравнение медиаканалов по воздействию на потребителя. Рейтинг СМИ по их воздействию на население и стоимости. Отличительные особенности газет и журналов. Характеристики прессы. Основные категории изданий. Расчет читательской аудитории. Виды специализированных проектов в прессе. Базовые PR-документы.	СЗ
		2.2	Инструменты PR-деятельности	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.	СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 3	Прикладные аспекты PR деятельности	3.1	Социальные PR-мероприятия	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.	СЗ
		3.2	Внутренний PR	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.	СЗ
		3.3	Взаимодействие в сети Интернет и СМИ	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	СЗ
		3.4	Формирование бюджета PR деятельности	Основные методы формирования бюджета PR-отдела. Затраты	СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				<p>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.</p>	

\* - 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)
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.	ауд. 23 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 Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.
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.	2 зал библиотеки. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

\* - 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, 2023. - 208 с. - ISBN 978-5-406-05443-7 : 563.53.

2. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561198>

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, 2023. - 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.

*Дополнительная литература:*

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564576>

2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566990>

*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](http://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 «Корпоративные связи с общественностью».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Ассистент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Нога Владислава

Игоревна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Лукина Анастасия

Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Чернышева Анна

Михайловна

*Фамилия И.О.*