

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.05.2026 17:17:45
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

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

Высшая школа управления

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВОЙ PR

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН 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)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровой PR» входит в программу магистратуры «E-commerce – Электронная коммерция» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 3 разделов и 10 тем и направлена на изучение основных направлений, методов и инструментов PR-деятельности.

Целью освоения дисциплины является формирование у бакалавров представления о роли и месте PR в системе маркетинговых коммуникаций; знания основных направлений PR-деятельности; знания и навыков практического применения современных PR-инструментов и каналов коммуникации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Цифровой 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, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;; УК-4.4 Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;; УК-4.5 Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;; УК-4.6 Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности;
УК-7	Единая универсальная компетенция в области информационной культуры для уровня образования магистратура всех направлений подготовки	УК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает 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; УК-7.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.;
ПК-2	Способен управлять реализацией стратегии поведения экономических агентов и оценивать их эффективность	ПК-2.1 Способен формировать стратегию поведения экономических агентов; ПК-2.2 Способен управлять развитием деятельности экономических агентов и оценивать их эффективность;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Цифровой PR» 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 «Цифровой 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-7	Единая универсальная компетенция в области информационной культуры для уровня образования магистратура всех направлений подготовки	IT-системы E-commerce; Цифровая экономика; Научно-исследовательская работа;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Профессиональный иностранный язык; Иностранный язык; Русский язык как иностранный;	Профессиональный иностранный язык; <i>Технологии ведения переговоров и презентаций**</i> ; <i>Эффективное предприятие: управление процессами, закупками, тендерами**</i> ; Иностранный язык; Русский язык как иностранный;
ПК-2	Способен управлять реализацией стратегии поведения экономических агентов и оценивать их эффективность	Научно-исследовательская работа; Цифровая экономика;	Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Внешекономическая деятельность; Управление продажами; <i>Логистика и управление цепями поставок**</i> ; <i>Финансовый менеджмент**</i> ; <i>Маркетинговая аналитика больших данных**</i> ; <i>Стратегический и GROWTH маркетинг**</i> ; <i>Технологии ведения переговоров и презентаций**</i> ; <i>Эффективное предприятие: управление процессами, закупками, тендерами**</i> ;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровой PR» 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)
			2.3
<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>	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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение	1.1	Управление общественными отношениями (PR)	Подходы к определению понятия и сущность деятельности	ЛК, СЗ
		1.2	Понятие и сущность PR-деятельности	Системное исследование ожиданий стейкхолдеров, создание релевантных сообщений и управление отношениями через медиаканалы и события для достижения стратегических целей.	ЛК, СЗ
		1.3	Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом	Предпосылки: индустриализация, рост массовых медиа и конкуренции брендов, потребность в управляемой репутации; этапы: от пресс-агентства/паблисити к профессионализации, институционализации и цифровизации, в России — от позднесоветских форм открытости к рыночным практикам 1990-х и интеграции с международными стандартами. Тенденции: конвергенция PR и маркетинга, переход к данным и измеримости, устойчивость и этика, работа с лидерами мнений и платформами, real-time коммуникации и использование ИИ.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Технологии PR	2.1	PR в системе коммуникаций.	Каналы коммуникации	ЛК, СЗ
		2.2	Специальные и медиа мероприятия	Специальные и медиа-мероприятия — инструменты PR для создания инфоповода, укрепления репутации и вовлечения стейкхолдеров (пресс-конференции, брифинги, запуск продуктов, пресс-туры, инфлюенсер-ивенты). Ключевое: цель и ЦА, формат и сценарий, медиапартнёрства и контент-план, логистика и риск-менеджмент; оценки — охват, упоминания и тональность, вовлечённость, качество контактов/лидов.	ЛК, СЗ
		2.3	PR-компания: основные этапы	Этапы PR-кампании: исследование и аудит, постановка целей и KPI, формирование стратегии (ядро сообщений, аудитории, позиционирование), планирование тактик и контента (каналы, календарь, бюджет). Реализация и координация (медиа/инфлюенсеры/ивенты), мониторинг и оптимизация в ходе кампании, итоговая оценка эффективности и отчёт.	ЛК, СЗ
		2.4	Антикризисный PR¶	Повышение устойчивости организации к изменениям в окружающей среде:	ЛК, СЗ
		2.5	Управление информацией и подготовка информационных материалов	Управление информацией — от отбора инфоповодов и формулирования ключевых сообщений до согласований, юридической проверки, тайминга (эмбарго) и адаптации под	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				каналы/ЦА. Подготовка материалов: пресс-релиз, инфосправка, Q&A, медиа-кит, спикерские тезисы, оп-эд, визуалы; принципы — новостная ценность, точность, ясность (5W1H), единый тон, локализация и SEO для онлайн.	
Раздел 3	Функции PR	3.1	Функции связей с общественностью в государственной и бизнес организации	Функции PR: стратегическое информирование и двусторонняя коммуникация, управление репутацией и повесткой, кризисные коммуникации, медиа- и стейкхолдер-менеджмент, внутренние коммуникации и аналитика. В госсекторе — общественная информированность и доверие к институтам, поддержка инициатив и профилактика кризисов; в бизнесе — брендинг и лояльность, поддержка продаж и инвест/HR-коммуникаций, КСО/ESG и управление рисками.	ЛК, СЗ
		3.2	Формирование имиджа организации и персоны	Формирование имиджа — платформа (миссия, ценности, обещание бренда), позиционирование и айдентика (вербальная/визуальная, tone of voice), персональный бренд; инструменты: сторителлинг, лидеры мнений, события, спонсорство, digital-присутствие, медиатренинг. Управление — карта стейкхолдеров, контент- и канал-стратегия, консистентность точек контакта и социальное доказательство; мониторинг и корректировка по метрикам узнаваемости, доверия и ассоциаций.	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.	Ауд. 432: Моноблок Lenovo V30a-24IML/16 GB/512 GB/audio, монитор 24", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Targa 220*220.
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. 432: Моноблок Lenovo V30a-24IML/16 GB/512 GB/audio, монитор 24", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран моторизованный Targa 220*220.
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.	Ауд.103. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Трофимов, В. В. Цифровые технологии : учебник для вузов / В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21710-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582239>

2. Горелов, Н. А. Цифровая экономика и информационное общество : учебник для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18432-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586194>

3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакommunikации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026.

— 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586446>

4. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 459 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557156>

5. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586089>

Дополнительная литература:

1. Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью. М.: Юрайт. 2024. 128 с.

2. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью. М.: Юрайт. 2024. 224 с.

3. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации. – Проспект, 2024

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.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Цифровой PR».

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

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Муртузалиева Светлана Юрьевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Доцент <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Островская Анна Александровна <i>Фамилия И.О.</i>
---------------------------------------	----------------------	---