

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.06.2026 12:53:58

Уникальный программный ключ:

ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

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

**Факультет гуманитарных и социальных наук**

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

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ОСНОВЫ PR И РЕКЛАМЫ**

(наименование дисциплины/модуля)

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

### **50.03.01 ИСКУССТВА И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **ИСКУССТВА И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы PR и рекламы» входит в программу бакалавриата «Искусства и гуманитарные науки» по направлению 50.03.01 «Искусства и гуманитарные науки» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра теории и истории культуры. Дисциплина состоит из 4 разделов и 4 тем и направлена на изучение рекламы и PR как специфических видов деятельности, их функций, видов, институтов и технологий

Целью освоения дисциплины является формирование системного представления о рекламной и PR-деятельности в современном мире

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы PR и рекламы» 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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3 Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения;;
ОПК-3	Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности	ОПК-3.1 Знает достижения отечественной и мировой культуры;; ОПК-3.2 Способен использовать знания о достижениях отечественной и мировой культуры при создании проектов в профессиональной сфере;;
ОПК-6	Способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте	ОПК-6.1 Владеет знаниями об истории развития художественных средств различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература);;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы PR и рекламы» 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 «Основы PR и рекламы».

*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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в	История России; История религий России; Основы российской	Современный литературный процесс в России в XX-XXI вв.;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	социально-историческом, этическом и философском контекстах	государственности; Философия; История и теория визуальных искусств: древний мир и раннее средневековье; Введение в специальность; История и теория музыки и театра: звук и музыка в системе культуры; История и теория визуальных искусств: эпоха Возрождения и эпоха Просвещения; История и теория визуальных искусств: XIX век; Культура и искусство модернизма; История и теория визуальных искусств: новое время; Теория и практика межкультурной коммуникации; <i>История древнерусского искусства**</i> ; История и теория кино: мировой кинематограф XX века; <i>Теория происхождения человека и общества**</i> ;	<i>Классический мюзикл**</i> ; <i>Специфика работы в медиaprостранстве**</i> ; <i>Социальный медиамаркетинг**</i> ;
ОПК-6	Способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте	История и теория кино: мировой кинематограф XX века; История и теория музыки и театра: звук и музыка в системе культуры; История и теория визуальных искусств: новое время; История и теория визуальных искусств: древний мир и раннее средневековье; История и теория визуальных искусств: эпоха Возрождения и эпоха Просвещения; История и теория визуальных искусств: XIX век; Культура и искусство модернизма;	Современный литературный процесс в России в XX-XXI вв.; Современные художественные практики: Science Art; Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен учитывать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности	История и теория кино: мировой кинематограф XX века; Введение в специальность; История и теория музыки и театра: музыкальные культуры мировых цивилизаций; Теория культуры;	

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Основы PR и рекламы» 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)
			5
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	39		39
Лекции (ЛК)	26		26
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	13		13
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	51		51
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	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>

## 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	История рекламной и PR-деятельности	1.1	Конкурентные коммуникационные стратегии: эффективное позиционирование.	Анализ конкурентной среды и выявление ключевых факторов дифференциации для формирования уникального позиционирования бренда. Разработка ценностного предложения и коммуникативной стратегии на основе сегментации целевой аудитории и анализа потребительского поведения. Оценка эффективности позиционирования и адаптация стратегии в условиях динамичного медиаландшафта и меняющихся рыночных трендов.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Правовые аспекты деятельности в сфере рекламы и PR	2.1	ФЗ «О рекламе», ФЗ и подзаконные акты в сфере рекламы. Международный рекламный кодекс. Российский рекламный кодекс	Нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности: федеральное законодательство, подзаконные акты и отраслевые стандарты. Правовые ограничения и требования к содержанию рекламы: защита от недобросовестной конкуренции, охрана интеллектуальной собственности, соблюдение этических норм. Юридическая ответственность субъектов рекламного процесса и механизмы досудебного и судебного урегулирования споров в сфере коммуникаций.	ЛК, СЗ
Раздел 3	PR как вид деятельности	3.1	Связи с общественностью как один из важных видов коммуникации компании.	Внешние и внутренние коммуникации, Внутрикорпоративный пиар. Система PR-жанров. Имидж, репутация, медиаобраз. Этические проблемы внешнего и внутреннего PR	ЛК, СЗ
Раздел 4	Реклама в системе массовых коммуникаций	4.1	Реклама как вид массовых коммуникаций.	Подходы к определению рекламы, возможностям классификации, представление о её роли в обществе и в бизнесе. Её виды и функции, цели и ключевые стратегии.	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.	Моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W
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. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. Москва : Издательство Юрайт, 2020.
2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. Москва : Издательство Юрайт, 2019.
3. Баженов Ю. К., Дашков Л. П. Основы рекламы: Учебное пособие для вузов, 3-е изд. М.: 2026.
4. Дзикевич С.А. Эстетика рекламы. Эстетическая структура рекламной коммуникации. Уч. пос.-3-е изд. М.: Проспект, 2025.

*Дополнительная литература:*

1. Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. N.Y.: McGraw-Hill, 2021.
2. Ньюсом К., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. М.: Инфра-М, Имидж Контакт, 2020.

*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 «Основы PR и рекламы».

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

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Берест Валерия Адлеровна <i>Фамилия И.О.</i>
<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Берест Валерия Адлеровна <i>Фамилия И.О.</i>

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Берест Валерия Адлеровна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	--

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Профессор <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Градова Елена Викторовна <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	--