

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.05.2026 10:51:46
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ В ШОУ-БИЗНЕСЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продвижение в шоу-бизнесе» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение стратегий и методов маркетингового продвижения артистов, музыкальных групп, фильмов, телепередач, событий и других продуктов шоу-бизнеса с учетом особенностей и трендов индустрии развлечений.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов глубокого понимания основных стратегий промоушена и рекламы в индустрии развлечений, развитие навыков разработки эффективных маркетинговых кампаний, привлечение внимания аудитории к творческим продуктам и создание успешных медиа-стратегий для продвижения и успешного попадания продукции шоу-бизнеса на рынок.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Продвижение в шоу-бизнесе» 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 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 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-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Продвижение в шоу-бизнесе» 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 «Продвижение в шоу-бизнесе».

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	Основы подготовки научно-практических работ и проектов; Основы гражданского и трудового права; Основы экономики; Основы маркетинга; Имидж регионов мира; Основы связей с общественностью; Мировая экономика;	Преддипломная практика; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Производственная (ознакомительная) практика; История рекламы и связей с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Психология рекламы и PR; <i>PR в современном мире**</i> ; <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i> ; <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**</i> ; <i>Разработка рекламной идеи**</i> ; <i>Реклама в современном мире**</i> ; <i>Креативные коммуникации**</i> ; <i>Современные технологии презентации**</i> ; <i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**</i> ; <i>Актуальные аспекты PR-деятельности**</i> ; <i>Основы разработки PR-проектов**</i> ; <i>Введение в журналистику**</i> ; <i>Креатив в дизайне**</i> ; <i>Практические аспекты в рекламе**</i> ;	Преддипломная практика; Теория и практика продаж в рекламе; <i>Тренды в медиапотреблении**</i> ; <i>Теория и практика PR-кампаний**</i> ; <i>Out-of-home реклама**</i> ; <i>Управление коммуникационными проектами**</i> ; <i>Разработка Digital-проекта**</i> ; <i>Теория и практика рекламных кампаний**</i> ; <i>Менеджмент рекламного агентства**</i> ; <i>Управление кризисами**</i> ; <i>Контент-маркетинг**</i> ; <i>Анализ данных и искусственный интеллект**</i> ; <i>Мобильный маркетинг**</i> ; <i>Мерчендайзинг**</i> ; Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Продвижение в шоу-бизнесе» составляет «2» 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)
			6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	29		29
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

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	Маркетинговые стратегии в шоу-бизнесе	1.1	Исследование целевой аудитории и ее поведения.	Сбор и анализ данных о фанатских сегментах (демография, психография, платформенные привычки) из соцсетей, стримингов, продаж билетов/мерча и опросов. Выявление поведенческих паттернов: каналы открытия артиста, форматы контента, триггеры вовлечения, циклы активности, готовность платить и конверсия по воронке «узнаваемость → прослушивания → билеты/мерч → лояльность».	ЛК, СЗ
		1.2	Формирование бренда и имиджа артистов и проектов.	Определение позиционирования, ценностного предложения и архетипа артиста; разработка имени, визуальной айдентики, тональности, сторителлинга и ключевых сообщений под целевые сегменты. Единая контент- и PR-стратегия на платформах, медиа-тренинги и репутационный менеджмент для устойчивости образа и роста узнаваемости/капитализации бренда.	ЛК, СЗ
		1.3	Анализ трендов и конкурентной среды в индустрии развлечений.	Мониторинг глобальных и локальных трендов (жанры, форматы, потребление, технологии, платформы, модели монетизации) на основе данных чартов, соцсетей, стримингов и поисковой аналитики. Бенчмаркинг конкурентов по позиционированию, контент-стратегиям, каналам и партнёрствам для выявления ниш, возможностей роста и рисков.	СЗ
Раздел 2	Продвижение творческих продуктов	2.1	Разработка медиа-планов и коммуникационной стратегии.	Определение целевых аудиторий, целей и KPI; выбор каналов и форматов с медиамиксом, частотами, периодизацией и бюджетированием на основе данных. Согласованная коммуникационная платформа (позиционирование, ключевые сообщения, креатив, инфоповоды) с контент-календарём	СЗ
		2.2	Организация рекламных кампаний и мероприятий.	Планирование и продюсирование кампаний/ивентов: цели и KPI, бюджеты, тайминг, кастинг, продакшен, медиабаинг, инфлюенсеры, PR/SMM, партнёрства, мерч	ЛК, СЗ
		2.3	Взаимодействие с партнерами и спонсорами для продвижения продуктов.	Разработка ценностного предложения и спонсорских пакетов: права/бенефиты, co-branding, интеграции и активации, медиапланы, KPI и бюджетирование. Поиск и оценка партнёров, переговоры и договоры, совместное производство	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				контента, контроль исполнения, отчётность по ROI и развитие долгосрочных отношений.	
Раздел 3	Цифровые технологии и социальные медиа в продвижении	3.1	Использование цифровых платформ для продвижения артистов и проектов.	Экосистема цифрового продвижения: соцсети, стриминги	ЛК, СЗ
		3.2	Создание контент-стратегий для социальных сетей.	Стратегия по воронке: цели, ЦА/персоны, платформа-специфика, тональность, рубрикатор, календарь, форматы и роли команды. Процессы и метрики: продакшн/дистрибуция, UGC/инфлюенсеры, A/B-тесты, KPI (охват, вовлечение, удержание, конверсии)	ЛК, СЗ
		3.3	Мониторинг и анализ эффективности онлайн-кампаний.	Сквозная аналитика: цели/события, UTM, пиксели, дашборды; трекинг каналов и креативов по метрикам	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. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
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. 101, 103, 107, 109, 346, 428, 319, 423. Мультимедиа проектор, экран настенный
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.	4 зал библиотеки

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. — 6-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. — 496 с. — ISBN 978-5-507-49006-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/390380> (дата обращения: 21.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Трофимов, М. Ю. Основы коммуникативной культуры : учебное пособие / М. Ю. Трофимов. — 3-е стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2021. — 184 с. — ISBN 978-5-8114-7589-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162328> (дата обращения: 21.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542524> (дата обращения: 21.04.2024).

2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов /

Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533003> (дата обращения: 21.04.2024).

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 500 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17731-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545088> (дата обращения: 21.04.2024).

4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17594-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533385> (дата обращения: 21.04.2024).

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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Продвижение в шоу-бизнесе».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна
Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.