

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 13:27:54
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

ТВОРЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(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):

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Творческие аспекты PR-деятельности» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 11 тем и направлена на изучение и развитие креативных и оригинальных подходов к формированию и продвижению образа организации, ее продуктов или услуг с целью улучшения репутации, привлечения целевой аудитории и позиционирования на рынке.

Целью освоения дисциплины является формирование представления у обучающихся о творческой составляющей PR-деятельности, технологиях и формах его осуществления, об использовании креативных методологий для принятия творческих решений в PR, а также для реализации творческого подхода в процессе взаимодействия субъектов PR-деятельности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Творческие аспекты PR-деятельности» 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)
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.;
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Творческие аспекты PR-деятельности» 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 «Творческие аспекты PR-деятельности».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Основы дизайна; Технологии проектирования и производства в маркетинговых коммуникациях; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Введение в специальность;	Преддипломная практика;
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Философия; Политология; Технологии проектирования и производства в маркетинговых коммуникациях; Основы теории коммуникации; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Психология рекламы и PR;	Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Основы дизайна; История рекламы и связей с общественностью; Литература; Искусство; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;	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 «Творческие аспекты PR-деятельности» 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)
			7
Контактная работа, ак.ч	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29		29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	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	Творческая составляющая PR-деятельности.	1.1	Креативные процессы в PR-деятельности.	Соотношение понятий «креатив» и «творчество». Консервативный и креативный подходы к PR. Зарождение креативного PR на российском рынке. Особенности креативных коммуникаций с целевыми сегментами общественности. Отрасли, в которых отдается предпочтение креативу в PR. Творческий PR в онлайн-среде. Творческий PR в офлайн-среде.	ЛК, СЗ
		1.2	Нестандартные технологии PR-коммуникаций в сфере масс-медиа.	Технология мгновенной толпы flashmob. Использование технологии striking. Распространение вирусных видео в интернете. Технология дополненной реальности в PR. Размещение рекламных сообщений на людях как часть корпоративной коммуникации. Вирусные флеш-игры. Использование технологии «из уст в уста» в digital PR. Креативный event-маркетинг как технология для выстраивания PR-коммуникаций. Технология корпоративного блоггинга. Стрит арт как технология PR.	ЛК, СЗ
		1.3	Нестандартные формы PR-коммуникаций в сфере масс-медиа.	Нестандартные подходы к распространению пресс-релизов. Использование блогов и эмбиент-медиа. Креативный копирайтинг: бэкграундер, кейс, занимательная статья, имиджевое интервью, пресс-кит, ньюслиф, пресс-релиз, поздравление, приглашение, меморандум. Использование креативного подхода к информации: PR-информация, имиджевая информация, промоцийная информация. Создание историй: легенды и слухи. Социальные проекты. Кейс благотворительного фонда «Старость в радость». Корпоративные медиа. Кейс «Корпоративный блог компании «Эвотор» «Жиза».	ЛК, СЗ
		1.4	Нестандартные формы PR-коммуникаций в сфере event-маркетинга.	Пресс-мероприятия: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур. Деловые мероприятия: конференция, семинары, мастер-классы, круглый стол. Специальные нестандартные PR-мероприятия: презентация, экспозиция, выставка, запуск объекта, торжественные мероприятия, спортивные мероприятия, экскурсии.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Использование креативных методологий для развития креативного мышления и его дальнейшего использования в PR-деятельности	2.1	Латеральное мышление.	Разрыв существующих паттернов мышления. Реконструкция паттернов через «плюс, минус, интересно». Уход в абстракцию с целью генерации большего количества коммуникационных идей. Провокация как возможность нарушения ожидаемой логической цепочки фантазии за счет абсурдных вводных данных. Правила латерального мышления. Правило «фокусировка на задаче - решение». Генерирование латерального разрыва с помощью метода провокации. Установление связи через способ перехода.	ЛК, СЗ
		2.2	Дизайн-мышление.	Дизайн-мышление как экстремальная методология с прикладной ориентацией. Инструмент испытаний: сценарий пользователя. Подъем-спад. Кейс Enchroma: очки для людей, которые не различают цвета. Кейс пресс-службы государственных британских органов: совершенствование коммуникаций с аудиторией с помощью дизайн-мышления.	ЛК, СЗ
		2.3	Коммуникационное мышление.	Большая идея: форма, драма, польза. Влияние формы большой идеи на систему взаимодействия с человеком. Кейс «Шнур». Кейс «Закрытый летний клуб мексиканских поваров». Драма как способ вызвать сопереживание за счет обострения внутренних и внешних конфликтов. Фундаментальные элементы драмы: потребность и барьер. Польза как способ накопления капиталов. Капиталы: экономические,	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				социальные, физиологические, символические, временные, политические, административные, политические, профессиональные, культурные. Репутация и статус как символический капитал. Политическое влияние как политический капитал. Карьерный рост как административный капитал. Связи и знакомства как социальный капитал. Кейс Nike: сообщество сильных волей.	
		2.4	Теория решения изобретательских задач.	ТРИЗ как частично алгоритмизированный креативный процесс. Креативный процесс как решение противоречий с помощью множества инструментов управления системами. Система как источник противоречий. Разрешение противоречия: административное, техническое, физическое. Идеальный конечный результат. Идеальная система.	ЛК, СЗ
		2.5	Принятие креативных решений в PR.	Свойство символической выразительности. Мифологизированные креативные решения. Символы и метафоры. Значение факта. Выражение ценностей в PR. Кейс «Ежегодные календари Lavazza».	ЛК, СЗ
Раздел 3	Креатив в контексте взаимодействия PR-специалистов	3.1	Креативный подход к управлению PR-командой.	Использование в практической деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью нестандартных коммуникационных технологии. Работа с творческим коллективом. Творчество и творческая группа. Творческий работник и творческий руководитель. Сплочение творческой команды: материальные потребности, потребности в единстве, потребность в самовыражении.	ЛК, СЗ
		3.2	Использование креативного подхода в процессе коллективной творческой PR-деятельности.	Открытое и критическое мышление. Открытое мышление как эмоциональный и интуитивный процесс. Техники открытого мышления. Мозговой штурм. Упорядочивание. Метод «Мицубиси». Блокнот идей. Техники критического мышления. Критическое мышление как рациональный процесс. Ориентация на прикладную реализацию идеи, функциональность. Ориентация на политические и экономические реалии. Алгоритм креативного процесса: информация, инкубация, озарение, интеграция, иллюстрация. Структурированная мозговая атака. Техника номинальной группы. Генерация идеи. Обмен идеями. Развитие идей. Выбор лучшего результата. Пересмотр принятых решений. Окончательное голосование. Уровень компетенций и креативность.	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.	
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. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-1821-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172461>

2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2131859>

3. Гриценко, А. П. Реальный PR без бюджета в России : антология книг от практика : учебник : [16+] / А. П. Гриценко ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 253 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700209> (дата обращения: 21.12.2023). – ISBN 978-5-7972-2990-2. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Бос Э. Как развивать креативность. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

2. Галумов Э.А. Основы PR. – М., 2004.

3. Горев П.М., Утемов В.В. Научное творчество. Практическое руководство по развитию креативного мышления. Знакомство с элементами. - М.: ТРИЗ Книжный дом "Либроком", 2013.

4. Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR. – М.: Экономистъ, 2006.

5. Юдина Е. Креативное мышление в PR (в системе формирования социокультурных связей и отношений). - М.: РИП-Холдинг, 2007.

6. Дымова С.С. Введение в рекламу и PR: учебное пособие: / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин; Институт бизнеса и дизайна. – М.: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919>

7. Интернет-реклама и PR: методические указания к практическим занятиям для обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» : методическое пособие: / сост. М.С. Круглова. – Сочи: Сочинский государственный университет, 2020. – 42 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618179>

8. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00.
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

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 «Творческие аспекты PR-деятельности».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Осмоловская А.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О