

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.05.2026 10:51:45

Уникальный программный ключ:

sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ PR-ПРОЕКТОВ**

(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 «Основы разработки PR-проектов» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 5 разделов и 12 тем и направлена на изучение основных принципов и методов формирования и реализации проектов в области связей с общественностью.

Целью освоения дисциплины является освоение ключевых этапов создания и проведения PR-проектов.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы разработки PR-проектов» 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата; УК-1.5 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.6 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.7 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностно-го характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;
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 «Основы разработки PR-проектов» 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 «Основы разработки PR-проектов».

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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач		<p>Преддипломная практика;                      Учебная практика;  <i>Индустрия цифровых коммуникаций**</i>;  <i>Креатив в маркетинге**</i>;  <i>Визуальная коммуникация бренда**</i>;  <i>Спонсорство и партнерство**</i>;  <i>Культурные и креативные индустрии**</i>;  <i>Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**</i>;                      Основы экономики;                      Мировая экономика;                      Маркетинговые исследования;                      Основы подготовки научно-практических работ и проектов;  <i>Событийный маркетинг**</i>;  <i>Разработка нового продукта**</i>;  <i>Креативные стратегии**</i>;  <i>Бренд-коммуникации**</i>;  <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i>;  <i>Спичрайтинг**</i>;</p>
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		<p>Производственная (ознакомительная) практика;                      Преддипломная практика;                      История рекламы и связей с общественностью;                      Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;                      Психология рекламы и PR;                      Теория и практика продаж в рекламе;  <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i>;  <i>Тренды в медиапотреблении**</i>;  <i>Теория и практика PR-кампаний**</i>;  <i>Out-of-home реклама**</i>;                      Управление коммуникационными проектами**;  <i>Разработка Digital-проекта**</i>;                      Теория и практика</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<p>рекламных кампаний**;  Менеджмент рекламного агентства**;  Управление кризисами**;  Контент-маркетинг**;  Анализ данных и искусственный интеллект**;  Мобильный маркетинг**;  Мерчендайзинг**;  Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности;  Этика в маркетинговых коммуникациях**;  Маркетинг на B2C рынке**;  Нейромаркетинг**;  Практика немедийных коммуникаций**;  CRM-системы**;  История коммуникационного бизнеса**;  Управление медиамиксом**;  Продвижение в шоу-бизнесе**;  Эмоциональный интеллект**;  Современные аспекты мониторинга СМИ**;  Создание видеоконтента**;  Психологические аспекты работы с аудиторией**;  Производственная (проектная) практика;</p>

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Основы разработки PR-проектов» 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)
			1
<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>	71		71
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	3		3
<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	Введение в PR-проекты	1.1	Определение основных понятий в области PR-проектов.	Вводятся ключевые термины: PR-проект, бриф, целевая аудитория и стейкхолдеры, инсайт, позиционирование, ключевые сообщения, каналы/инструменты, контент-план, тайминг и бюджет.	ЛК, СЗ
		1.2	Роль PR-проектов в формировании имиджа компаний.	PR-проекты формируют и поддерживают репутацию компании, транслируя ценности и экспертизу через релевантные поводы, лидеров мнений и комьюнити, выстраивая доверие стейкхолдеров. Эффект проявляется в росте узнаваемости и предпочтения бренда, позитивной тональности, доле голоса и устойчивом репутационном капитале.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Этапы разработки PR-проекта	2.1	Анализ целей и задач PR-проекта.	Формулируются измеримые бизнес-цели (узнаваемость, доверие, лояльность, лидогенерация) и коммуникационные задачи (охват, тональность, ключевые сообщения, каналы).	ЛК, СЗ
		2.2	Изучение аудитории и целевой группы проекта.	Проводится сегментация ЦА и создание персон на основе исследований (опросы, соцслушание, аналитика, глубинные интервью) для выявления мотиваций, барьеров и триггеров. Формируются приоритетные сегменты, медиа-привычки и карта пути, чтобы адаптировать сообщения, каналы и KPI под их потребности.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Стратегическое планирование PR-проекта	3.1	Формирование целей и стратегии PR-проекта.	Определяются SMART-цели, связанные с бизнес-приоритетами, и целевые KPI	ЛК, СЗ
		3.2	Выбор инструментов и каналов коммуникации.	Инструменты и каналы выбираются под цели, аудиторию и сообщения, формируя сбалансированный PESO-микс (earned/owned/paid/shared): медиа-рилейшнз, лидеры мнений, соцсети и контент-форматы, события, e-mail/сообщества, SEO/SEM, партнерства.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Коммуникационный план PR-проекта	4.1	Разработка детального плана действий.	Разбивка проекта на задачи с сроками	ЛК, СЗ
		4.2	Определение механизмов обратной связи.	Определяются каналы и форматы фидбэка (соцслушание, медиа-мониторинг, формы/чат-боты/горячая линия, опросы NPS, фокус-группы, UGC)	ЛК, СЗ
		4.3	Организационные аспекты проведения мероприятий.	Планирование формата, бюджета, тайминга и логистики: площадка, подрядчики, безопасность, юридические разрешения, спикеры, техподдержка,	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				регистрация/аккредитация. Организация команды и регламентов: роли и чек-листы, коммуникационный план до/во время/после, риск-менеджмент, KPI и пост-ивент аналитика.	
		4.4	Мониторинг и контроль хода реализации проекта.	Определение KPI, контроль сроков/бюджета/качества	ЛК, СЗ
Раздел 5	Практические задания и кейсы	5.1	Работа над конкретными PR-проектами.	Практическая разработка полного цикла PR-проекта: бриф, исследование, постановка целей и KPI, стратегия, контент- и медиаплан, тайминг и бюджет. Реализация, мониторинг метрик, оптимизация по результатам, разбор кейсов и подготовка отчётности.	СЗ
		5.2	Изучение кейсов успешных и неудачных PR-кампаний.	Разбор реальных кейсов успешных и провальных PR-кампаний с фокусом на цели, инсайты, стратегию, креатив, каналы, тайминг, бюджет и метрики. Выявление факторов успеха/ошибок, формирование best practices и антипаттернов для применения в собственных проектах.	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. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976> (дата обращения: 27.03.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная литература:*

1. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации : учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КНОРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат).

2. Фадеева Е.Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. - М. : Юрайт, 2017. - 263 с. - (Бакалавр. Академический курс).

3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). URL:

[https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=409666&idb=0](https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=409666&idb=0)

4. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н.

Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>

5. Ильин А.С. Теория и практика связей с общественностью : курс лекций / А.С. Ильин. - М. : КноРус, 2017. - 208 с.

*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](http://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 «Основы разработки PR-проектов».

\* - 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.*