

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.05.2026 11:01:47
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Инженерная академия

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В АРХИТЕКТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

07.04.04 ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО И РАЗВИТИЕ ГОРОДСКИХ СИСТЕМ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление проектами в архитектурной деятельности» входит в программу магистратуры «Градостроительство и развитие городских систем» по направлению 07.04.04 «Градостроительство» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра архитектуры и реставрации. Дисциплина состоит из 4 разделов и 19 тем и направлена на изучение theory and practice of advertising and PR; methods for assessing their effectiveness; theory and methodology of marketing research.

Целью освоения дисциплины является studying the theoretical foundations and practical skills in the field of advertising in architecture, as well as giving the student a systematic understanding of public relations as an independent scientific discipline and one of the components of the marketing communications complex, showing the role and capabilities of PR in promoting architectural projects.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление проектами в архитектурной 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)
ПК-1	Способен подготовить проекты документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территорий	ПК-1.1 Знает методологию формирования и развития инженерной (коммунальной), транспортной и социальной инфраструктуры, территорий и поселений; ПК-1.2 Умеет выбирать и использовать программное обеспечение, в том числе современные средства геоинформационных систем и информационно-коммуникационных технологий, при подготовке проектов документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территории; ПК-1.3 Владеет методами подготовки основной части проекта планировки территории и проекта межевания территории, включая материалы по их обоснованию;
ПК-3	Способен осуществлять согласование и утверждение проектов документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территорий	ПК-3.1 Знает средства и методы информационного обеспечения градостроительной деятельности; ПК-3.2 Умеет применять требования нормативных правовых актов Российской Федерации в процессе согласования проектов документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территорий в органах государственной власти, органах местного самоуправления, в иных уполномоченных организациях, а также в рамках общественных обсуждений (публичных слушаний); ПК-3.3 Владеет приемами размещения сведений, документов, материалов, утвержденных документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территорий в государственной информационной системе обеспечения градостроительной деятельности Российской Федерации;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление проектами в архитектурной деятельности» 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 «Управление проектами в архитектурной 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*
ПК-1	Способен подготовить проекты документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территорий	<p><i>Компьютерные технологии в градостроительстве**;</i> <i>Стратегии развития постиндустриальных территорий**;</i></p> <p>Комплексное градостроительное проектирование; Предпроектные исследования в градостроительстве; Основы теории градостроительства и районной планировки; Геоинформационные системы и их применение; Технологическая (проектно-технологическая) практика (учебная);</p>	<p>Технологическая (проектно-технологическая) практика; Преддипломная практика;</p>
ПК-3	Способен осуществлять согласование и утверждение проектов документов территориального планирования, градостроительного зонирования, нормативов градостроительного проектирования и документации по планировке территорий	<p><i>Основы теории градостроительства и районной планировки;</i></p> <p><i>Компьютерные технологии в градостроительстве**;</i> <i>Стратегии развития постиндустриальных территорий**;</i></p> <p><i>Комплексное градостроительное проектирование;</i> <i>Предпроектные исследования в градостроительстве;</i> <i>Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научной исследовательской работы);</i></p>	<p>Научно-исследовательская работа; Преддипломная 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 «Управление проектами в архитектурной деятельности» 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)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практически/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	72		72
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
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	Advertising and PR as forms of organizing creative projects	1.1	The main tasks of art in the modern world.	The topic explores how art in the modern world serves to critically engage with spatial, social, and environmental issues while fostering innovative thinking and human-centered values within architectural project management. It examines the key tasks of art, such as shaping cultural identity, enhancing aesthetic quality of the built environment, and driving creative problem-solving in multidisciplinary design processes.	ЛК, СЗ
		1.2	Forms of organization of creative projects.	The topic explores various structural models for managing creative teams in architectural projects, including studio-based, matrix, and networked forms. It analyzes how different organizational frameworks impact design collaboration, decision-making, and project efficiency.	ЛК, СЗ
		1.3	The importance of forms of organization of creative activity in the development of art.	The topic explores how different organizational models (e.g., individual studios, collectives, or corporate structures) influence creative output and artistic evolution within architectural design. It further examines the balance between creative freedom and managerial efficiency, highlighting how structured collaboration can enhance innovation in art and architectural projects.	ЛК, СЗ
		1.4	Factors influencing the development of advertising.	The topic examines the key economic, social, and market-driven factors that shape advertising development, including target audience behavior, technological trends, and competitive pressures. It also analyzes how strategic advertising influences project positioning and stakeholder decision-making in architectural management.	ЛК, СЗ
		1.5	Features of the development of forms of PR companies.	The topic explores the unique characteristics and strategies involved in designing public relations campaigns for architectural projects, including stakeholder engagement and brand image formation. It also covers the adaptation of traditional PR methods to address the specific visual, spatial, and professional demands of the architecture industry.	ЛК, СЗ
		1.6	Contemporary art and its influence on the activities of an art manager.	The topic explores how contemporary art practices shape strategic decision-making, audience engagement, and project curation within architectural project management. It also examines the art	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				manager's role in integrating current artistic trends into architectural contexts to foster innovation and cultural value.	
Раздел 2	World and Russian advertising	2.1	Historical stages of development and formation of the global advertising market.	The topic traces the evolution of the global advertising market from ancient oral and visual announcements to the mass media boom of the 19th–20th centuries. It further examines key transformations driven by industrialization, globalization, and digitalization, highlighting shifts in media channels, consumer targeting, and regulatory frameworks.	ЛК, СЗ
		2.2	Laws of formation of the global creative industry as a system.	The topic explores the key structural and functional patterns driving the emergence and evolution of the global creative industry as an interconnected system. It examines how creative sectors (architecture, design, media, arts) integrate economically, institutionally, and technologically across national borders.	ЛК, СЗ
		2.3	The importance of advertising in the life of society: positive and negative aspects.	The topic explores how advertising shapes public awareness, consumer behavior, and cultural values in society, while also critically examining its negative impacts such as manipulation, overconsumption, and the spread of unrealistic standards.	ЛК, СЗ
		2.4	Historical aspects of the development of domestic advertising and its current state.	The topic explores the evolution of domestic advertising from its early historical roots through key socio-economic transformations, while also analyzing its current structural, regulatory, and technological characteristics within the modern media landscape.	ЛК, СЗ
		2.5	Features and characteristic features of the development of domestic advertising.	The topic examines the historical and cultural evolution of domestic advertising, highlighting its unique adaptation to local consumer psychology, media regulations, and artistic traditions. It also analyzes key characteristics such as the shift from functional messaging to emotional branding and the influence of state-controlled versus market-driven advertising models.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Production aspects of advertising and PR companies	3.1	The emergence of a production process management system in PR companies.	The topic explores how public relations (PR) companies develop structured production process management systems, focusing on the transition from ad-hoc task handling to systematic workflow coordination. It examines key drivers, stages, and methodologies that shape the emergence of such systems to optimize efficiency and project outcomes in architectural communication.	ЛК, СЗ
		3.2	The role of management activities and its reflection in the system of modern advertising.	The topic explores how management functions (planning, organization, coordination, and control) are reflected in modern advertising strategies, particularly in the context of architectural	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				project promotion. It examines the role of managerial decision-making in shaping advertising content, media channels, and audience targeting to enhance the visibility and success of architectural designs.	
		3.3	Advertising management mechanisms.	Analysis of strategic advertising tools and communication channels for promoting architectural projects, including budget allocation, target audience identification, and performance evaluation mechanisms.	ЛК, СЗ
		3.4	General characteristics of advertising products.	This topic covers the fundamental classification, structure, and functional roles of advertising products in architectural project management. It focuses on their visual, informational, and persuasive characteristics as tools for promoting architectural concepts and services.	ЛК, СЗ
		3.5	The importance of technologies in art management and their specificity.	The course explores how digital tools (e.g., CRM systems, VR/AR, data analytics, and blockchain) optimize art management processes, while also addressing the unique challenges of integrating technology without compromising artistic authenticity and audience engagement.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Sales technologies in art management.	4.1	The concept of sales technology.	The concept of sales technology refers to the strategic framework, tools, and digital systems (such as CRM, automation, and AI) used to manage and optimize the selling process. It encompasses methodologies that streamline customer engagement, track sales funnels, and enhance decision-making to improve overall sales efficiency and effectiveness.	ЛК, СЗ
		4.2	Types of sales strategies.	This topic examines the main categories of sales strategies, including B2B vs. B2C, direct vs. indirect, and digital vs. traditional approaches. It also covers how strategic choices are adapted based on product type, market conditions, and customer lifecycle stages.	ЛК, СЗ
		4.3	Peculiarities of pricing in the field of design.	The course examines the key factors influencing cost formation in design, including intellectual property, project complexity, and client value. It also covers specific pricing models and strategies unique to the design industry, distinguishing them from standard construction or industrial costing.	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.	A set of specialized furniture, a marker board. SAMSUNG plasma TV with a diagonal of 46 inches.
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.	A set of specialized furniture, a marker board.
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.	A set of specialized furniture, a marker board. SAMSUNG plasma TV with a diagonal of 46 inches.

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Arutyunova, E.A. Fundamentals of advertising [Electronic resource]: workshop / E.A. Arutyunova. - Stavropol: North Caucasus Federal University, 2015. - 122 p. - EBS "IPRbooks" - Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/62977.htm>

2. Kuzmina, O.G. Integrated marketing communications. Theory and practice of advertising [Electronic resource]: textbook / O.G. Kuzmina, O.Yu. Posukhova. - M.: RIOR: INFRA-M, 2018. - 187 p. - EBS "Znaniy.com" - Access mode: <http://znaniy.com/catalog/product/953324>

3. Advertising activity [Electronic resource]: textbook / ed. V.D. Sekerina. - M.: INFRA-M, 2013. - 282 p. - EBS "Znaniy.com" - Access mode: <http://znaniy.com/catalog/product/350960>

Дополнительная литература:

1. Shishova, N.V. Theory and practice of advertising [Electronic resource]: textbook / Shishova N.V., Podoprigora A.S., Akulich T.V. - M.: INFRA-M, 2015. - 144 p. - EBS "Znaniy.com" - Access mode: <http://znaniy.com/catalog/product/362871>

2. Klyuev Yu. V. Theory and practice of mass information: textbook Direct-Media, M. | Berlin, 2015, 100 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=429884

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 «Управление проектами в архитектурной деятельности».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Калугин Александр

Николаевич

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Гарькин Игорь

Николаевич

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Гарькин Игорь

Николаевич

Фамилия И.О.