

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 13:27:55
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

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА PR-КАМПАНИЙ

(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 «Теория и практика PR-кампаний» 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 9 тем и направлена на изучение стратегического планирования, создания, реализации и оценки общественных коммуникационных кампаний с целью развития профессиональных навыков в области PR и управления репутацией организации.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов глубокого понимания принципов публичных отношений, основных техник и инструментов PR-коммуникаций, а также развитие умений анализа, планирования и эффективной реализации пиар-стратегий для достижения поставленных целей и поддержания репутации клиента.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Теория и практика PR-кампаний» 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-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
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 «Теория и практика PR-кампаний» 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 «Теория и практика PR-кампаний».

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-12	Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Цифровая грамотность; Основы дизайна; Информационные технологии в рекламе и PR; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера**; Инструментальные средства бизнес-аналитики**; Аналитика социальных медиа для рекламы и PR**; Сторителлинг в цифровой среде**; Influence-маркетинг**; Технологии презентации и переговоров**; IT-системы E-commerce**; Информационная безопасность**; Оmnikanальность в продвижении брендов**; Тайм-менеджмент**; Основы предпринимательства**; Управление талантами**;	Преддипломная практика;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	История рекламы и связей с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Психология рекламы и PR; PR в современном мире**; Продюсирование в коммуникационной деятельности**; Нестандартные рекламные и PR-технологии**; Разработка рекламной идеи**; Реклама в современном мире**; Креативные коммуникации**; Современные технологии презентации**; Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**; Актуальные аспекты PR-деятельности**; Основы разработки PR-проектов**; Введение в журналистику**; Креатив в дизайне**; Практические аспекты в рекламе**; Этика в маркетинговых коммуникациях**; Маркетинг на B2C рынке**; Нейромаркетинг**; Практика немедийных коммуникаций**;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		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 (ознакомительная) практика; Производственная (проектная) практика;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Теория и практика PR-кампаний» 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
<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.	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	Основы теории публичных отношений	1.1	История и развитие PR-индустрии.	Эволюция PR от паблисити и пресс-агентства к стратегическим двухсторонним моделям	ЛК, СЗ
		1.2	Основные понятия и принципы PR.	PR — управляемая стратегическая коммуникация организации со стейкхолдерами для формирования репутации, доверия и взаимопонимания (ключи: имидж, повестка, месседжи, тональность, паблики)	ЛК, СЗ
		1.3	Роль и значение публичных отношений в современном мире.	PR обеспечивает организациям социальную легитимность и доверие, управляет репутационным капиталом и рисками через системную работу со стейкхолдерами. В цифровой среде PR интегрирует медиаэкосистему и аналитику для влияния на поведение аудиторий, поддержания диалога и устойчивого развития бренда.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Планирование и реализация PR-кампаний	2.1	Стратегии и тактики PR.	Стратегия PR определяет цели, целевые аудитории, позиционирование, ключевые сообщения, каналы и KPI, обеспечивая долгосрочную согласованность коммуникаций с бизнес-целями. Тактики реализуют стратегию через медиа- и контент-активности, лидеров мнений, события, digital-инструменты и кризисные протоколы, с постоянным мониторингом и оптимизацией.	ЛК, СЗ
		2.2	Исследование аудитории и определение целей кампании.	Исследование аудитории выявляет сегменты, инсайты и медиаповедение через качественные и количественные методы, формируя персоны и карту стейкхолдеров. Цели кампании задаются по SMART, связывая коммуникативные и поведенческие результаты с бизнес-задачами и KPI, формируют гипотезы и метрики для последующей оценки.	ЛК, СЗ
		2.3	Выбор коммуникационных каналов и инструментов.	Выбор каналов основывается на данных об аудитории, целях и бюджете, балансируя охват и глубину вовлечения между earned, owned, paid и shared медиа.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Оценка эффективности PR-кампаний	3.1	Методы и критерии оценки результатов PR-деятельности.	Критерии: качество и релевантность охватов и сообщений, вовлеченность и распространение, изменения знаний/отношений/поведения и вклад в бизнес	ЛК, СЗ
		3.2	Анализ реакции аудитории на PR-мероприятия.	Анализ включает соцслушание и контент-аналитику, опросы до/после, фокус-группы, web/SMM-метрики (UTM, трафик, конверсии), brand-lift/NPS и мониторинг инфополя. Ключевые показатели	ЛК, СЗ
		3.3	Корректировка стратегии на основе полученных результатов.	На базе метрик outputs–outtakes–outcomes формулируются гипотезы, проводится А/В-тестирование и causal-оценка, затем корректируются ЦА/месседжи/каналы/частоты/форматы и медиамикс. Перенастраиваются KPI и бюджеты, перераспределяются ресурсы и тайминг	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. 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: 21.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173> (дата обращения: 21.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Мостяев, Ю. Н. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании : учебное пособие / Ю. Н. Мостяев. — Рязань : РГРТУ, 2013. — 104 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/168023> (дата обращения: 21.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Емельянов, С. М. Связи с общественностью: управление рисками и кризисными коммуникациями / С. М. Емельянов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 204 с. — ISBN 978-5-507-47338-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/362291> (дата обращения: 21.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Герасимов, С. В. Теория и практика международных специальных событий : учебное пособие / С. В. Герасимов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2019. — 412 с. — ISBN 978-5-8114-3037-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/113156> (дата обращения: 21.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545416> (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 «Теория и практика PR-кампаний».

* - 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