

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

PR: БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ И БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

(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 «PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение роли публичных отношений в формировании и поддержании успешных бизнес-стратегий, включая разработку эффективных коммуникационных стратегий, управление репутацией компании и создание позитивного восприятия бренда на фоне бизнес-процессов.

Целью освоения дисциплины является освоение ключевых принципов и методов взаимодействия с различными стейкхолдерами, понимание влияния публичных отношений на бизнес-процессы и способность к разработке и внедрению эффективных PR-стратегий внутри компании с целью улучшения ее репутации, укрепления имиджа и достижения высоких бизнес-результатов.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы» 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-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний; УК-6.5 Анализирует основные возможности и инструменты непрерывного образования применительно к собственным интересам и потребностям с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; УК-6.6 Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста; УК-6.7 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы» 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 «PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы».

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-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Основы менеджмента; Учебная практика;	Организация работы PR-отделов; Управление человеческими ресурсами; Преддипломная практика;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Основы менеджмента; Социология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Методы воздействия в массовых коммуникациях**; Основы создания медиатекстов**; История кинематографа**; Развитие креативного мышления**; Имидж территорий**; Бизнес-этикет**; Практика медиакommunikаций**; Введение в коучинг**; Основы работы с общественным мнением**; Введение в психологию коммуникаций**; Тренды медиадизайна**; Проектное сопровождение фестивальной рекламы**; Учебная практика;	Управление человеческими ресурсами; Политический PR; Кризисные коммуникации; Медиапланирование; Организация работы PR-отделов; Производственная (проектная) практика; 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 «PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы» 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)
			4
<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>	32		32
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	6		6
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	Роль публичных отношений в современном бизнесе	1.1	Основы PR и их значение для бизнеса.	PR — управление репутацией и взаимоотношениями со стейкхолдерами: позиционирование, доверие, медиа-работа, лидеры мнений, паблисити, кризисные коммуникации и этика. Для бизнеса — рост узнаваемости и доверия, поддержка продаж и найма, снижение рисков и стоимости контакта, интеграция с маркетингом и внутренними коммуникациями, измеримые KPI.	ЛК, СЗ
		1.2	Влияние PR на формирование бренда и репутации компании.	PR формирует бренд через консистентный нарратив, ценности и тон общения, подкреплённые реальными действиями и социальным доказательством (СМИ, лидеры мнений, кейсы). Репутация усиливается за счёт прозрачности и предсказуемости компании, системной работы с повесткой и рисками, а также постоянного мониторинга и коррекции коммуникаций по метрикам доверия.	ЛК, СЗ
		1.3	Отличия стратегий PR в различных сферах бизнеса.	Стратегии PR различаются по рынку (B2B/B2C), длине сделки, уровню регулирования и рисков, типу решений и роли доверия — отсюда разные цели, сообщения, каналы и метрики. B2B — экспертность, лидогенерация, отраслевые медиа/ивенты	ЛК, СЗ
Раздел 2	PR в управлении бизнес-процессами	2.1	Взаимодействие с внутренними и внешними стейкхолдерами.	Приоритизация стейкхолдеров (сотрудники, руководство, партнеры, клиенты, медиа, регуляторы), настройка единых сообщений и каналов взаимодействия с учетом ожиданий и влияния. Построение двусторонней коммуникации	ЛК, СЗ
		2.2	Коммуникации в рамках бизнес-процессов и управление конфликтами.	Встраивание коммуникаций в ключевые бизнес-процессы. Управление конфликтами: раннее выявление и классификация, протоколы деэскалации и эскалации, единый спикер/канал, кризисные шаблоны, мониторинг	ЛК, СЗ
		2.3	Применение инструментов PR для оптимизации бизнес-процессов.	Инструменты PR для оптимизации: интеграция с CRM/Service Desk, контент-плейбуки и шаблоны, автоматизация рассылок и SMM, база знаний/FAQ, медиарилейшнс и SERM для снижения издержек и времени реакции. Метрики сквозной эффективности	ЛК, СЗ
Раздел 3	Разработка и реализация PR-стратегий в бизнесе	3.1	Анализ целевой аудитории и ее потребностей.	Сегментация аудитории по ролям, ценности и поведению	ЛК, СЗ
		3.2	Планирование коммуникационных кампаний и мероприятий.	Определение целей, ЦА, ключевых сообщений и форматов; разработка креативного брифа, медиаплана и календаря активностей с бюджетом, ресурсами и ролями.	ЛК, СЗ
		3.3	Оценка эффективности PR-стратегий и их влияние на бизнес-процессы компании.	Измерение PR через многоуровневые KPI: качество медиа (тональность, SoV, reach), изменение установок (brand lift), поведенческие метрики (трафик, лиды) и бизнес-эффекты	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: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. 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: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538640> (дата обращения: 20.04.2024).

3. Корпоративное управление : учебник для вузов / С. А. Орехов [и др.] ; под общей редакцией С. А. Орехова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 312 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05902-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539550> (дата обращения: 20.04.2024).

4. Пурлик, В. М. Управление эффективностью деятельности организации : учебник для вузов / В. М. Пурлик. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12817-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543212> (дата обращения: 20.04.2024).

5. Артемьева, Т. В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учебное пособие / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2022. — 288 с. — ISBN 978-5-507-45312-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/267905> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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 «PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы».

* - 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