

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.05.2026 12:15:23  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

**Институт иностранных языков**

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

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **РЕКЛАМА**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **45.04.02 ЛИНГВИСТИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR)**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Реклама» входит в программу магистратуры «Теория коммуникации и международные связи с общественностью (PR)» по направлению 45.04.02 «Лингвистика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра теории и практики иностранных языков. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение полного набора универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, определенных соответствующим стандартом высшего профессионального образования. Овладение компетенциями происходит в рамках дисциплин учебного плана в несколько этапов.

Целью освоения дисциплины является овладение базовыми знаниями по основам рекламы, усвоение знаний правовых и этических основ рекламной деятельности, формирование навыков и умений применения технологий рекламы при решении конкретных коммуникационных задач.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Реклама» 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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-4.1 Иметь представление о современных коммуникативных технологиях на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2 Проявлять способность применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий по применению эффективных коммуникативных технологий;
ОПК-8	Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.	ОПК-8.1 Иметь представление о цифровых технологиях и методах, моделировании объектов профессиональной деятельности, анализе данных, представлении информации; ОПК-8.2 Проявлять способность использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации; ОПК-8.3 Обладать способностью использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации.;
ПК-2	Способен разрабатывать современные методики сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения	ПК-2.1 Иметь представление о современных методиках сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения; ПК-2.2 Проявлять способность работать с современными методиками сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения; ПК-2.3 Обладать способностью к разработке современных методик сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Реклама» 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 «Реклама».

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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	Теория межкультурной коммуникации; Связи с общественностью (PR); Язык делового общения (первый иностранный язык)**; Язык делового общения (второй иностранный язык)**;	Маркетинг и интегрированные коммуникации; Иностранный язык в бизнесе**; Иностранный язык в образовании**; Консультационная практика;
ОПК-8	Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.	Мультимедийные технологии;	
ПК-2	Способен разрабатывать современные методики сбора, хранения и представления баз данных и знаний в интеллектуальных системах различного назначения	Научно-исследовательская работа; Мультимедийные технологии;	Научно-исследовательская работа; 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 «Реклама» 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)
			2
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.	20		20
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

Общая трудоемкость дисциплины «Реклама» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
Контактная работа, ак.ч	18		18
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	48		48
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	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	Основы современной рекламы.	1.1	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	Ключевые особенности ИМК. Роль рекламы в ИМК. Виды рекламной коммуникации в рамках ИМК. Взаимодействие рекламы с другими инструментами ИМК. Этапы внедрения рекламы в стратегию ИМК.	ЛК, СЗ
		1.2	Рекламный процесс и рекламный рынок: понятие, структура и содержание.	Анализ и планирование. Создание рекламного продукта. Выбор каналов распространения. Размещение и запуск. Контроль и оценка эффективности. Содержание рекламного рынка.	ЛК, СЗ
		1.3	Средства распространения и размещения рекламы.	Традиционные медиа. Наружная реклама. Интерьерная реклама (в помещениях). Цифровые и онлайн-каналы. Прямая и персональная реклама. Специальные и нестандартные форматы. Критерии выбора средства размещения.	ЛК, СЗ
		1.4	Оценка эффективности рекламы.	Цели рекламных кампаний и соответствующие метрики. Ключевые метрики и формулы. Инструменты для сбора данных. Модели атрибуции. Этапы оценки эффективности. Типичные ошибки.	ЛК, СЗ
		1.5	Правовые и этические аспекты современной практики и технологий связей с общественностью и рекламы.	Федеральный закон от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе». Основные этические принципы в PR.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Рекламный (продвигающий/продающий) текст как одна из основных технологий современной рекламы.	2.1	Понятия маркетинговой лингвистики, маркетингового и потребительского дискурсов, продающего и продвигающего текстов. Оценка эффективности.	Ключевые метрики продвигающих и продающих текстов. Экспертная и потребительская оценка. Качественные и количественные методы анализа.	ЛК, СЗ
		2.2	Рекламный текст. Лингвистические и маркетинговые аспекты рекламного текста к цифровому образовательному продукту.	Виртуальный тренажер "English VR Adventure: Tenses".	ЛК, СЗ
		2.3	Лингвистические и маркетинговые аспекты малого рекламного копирайта.	Лингвистические аспекты: фонетика, лексика, графика, синтаксис, стилистика, стропы, структура. Маркетинговые аспекты: цели, задачи, целевая аудитория, контекст размещения, ключевые элементы эффективности, оптимизация и тестирование, оценка эффективности малого копирайта	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.	
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 16 шт.), 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. Коноваленко, М. Ю. Реклама и связи с общественностью. Введение в профессию: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20260-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582936> (дата обращения: 20.04.2026).

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582634> (дата обращения: 20.04.2026).

### Дополнительная литература:

1. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж: учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587036> (дата обращения: 20.04.2026).

2. Макашев Максим Олегович. Реклама брендов / М. О. Макашев // Маркетинг. - 2017. - № 4. - С. 47 - 60. - ISSN 72114.

- Музыкант В. Л. Реклама: учебное пособие / В. Л. Музыкант. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2017. - 198 с. - (Высшее образование. Бакалавриат. Азбука рекламы).

- Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583268> (дата обращения: 20.04.2026).

- Чумиков Александр Николаевич. 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://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=409666&idb=0](https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=409666&idb=0)

*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 <https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Реклама».

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

**РАЗРАБОТЧИКИ**

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

---

Петрова М.Г.

Фамилия И.О

Соколова Наталия Леонидовна [М|](вн.  
совм.) Заведу

---

Фамилия И.О

---

Соколова Н.Л.

Фамилия И.О