

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**



Рабочая программа дисциплины (модуля),  
как компонент образовательной программы  
высшего образования - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде  
электронного документа выгружена из единой  
корпоративной информационной системы управления  
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 72869  
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария  
Геннадьевна  
Дата: 14.01.2026

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является изучение теории и общих практических подходов к социальному проектированию, эффективной реализации и управлению социальными проектами в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачами дисциплины являются:

- изучение эффективных подходов к управлению проектами;
- создание и реализация рекламного проекта;
- изучение понятия, признаков и видов рекламы и PR-деятельности;
- определение особенностей рекламной деятельности и связей с общественностью;
- исследование подходов к оценке эффективности рекламной деятельности и связей;
- планирование рекламной деятельности и связей с общественностью.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**ПК-1** - Способен разрабатывать коммуникационную кампанию, создавать рекламный контент для продвижения продукта в цифровой среде;

**ПК-2** - Способен разрабатывать и планировать комплекс мероприятий по реализации рекламной, PR- и GR-стратегий компаний, в том числе транспортных, с применением цифрового инструментария.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

### **Уметь:**

- разрабатывать и реализовывать социальные проекты в области связей с общественностью и рекламы;
- работать в проектной команде. Распределять роли и функции членов команды

### **Знать:**

- основные научные подходы к социальному проектированию в сфере коммуникаций;
- передовой отечественный и зарубежный опыт проектирования коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере связей с общественностью

**Владеть:**

- методами разработки и реализации социальных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- навыками презентации социальных проектов.

**3. Объем дисциплины (модуля).****3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №4
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 80 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

**4. Содержание дисциплины (модуля).****4.1. Занятия лекционного типа.**

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	<p>Отечественный и зарубежный опыт в сфере управления проектами</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- функции и цели проекта;</li> <li>- отечественный и зарубежный опыт управления проектами;</li> <li>- особенности управления проектами в рекламе.</li> </ul>
2	<p>Управление проектами в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы управления проектами.</li> <li>- примеры рекламных проектов.</li> <li>- Сфера действия рекламных проектов.</li> </ul>
3	<p>Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществление проектной деятельности</li> <li>- особенности проектной деятельности в рекламе</li> <li>- инструменты проектной деятельности</li> </ul>
4	<p>Технология разработки креативного брифа. Планирование проекта. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта. Принципы работы над проектом в команде.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- качества эффективного руководителя проекта.</li> <li>- технологии разработки брифа.</li> <li>- этапы планирования и построения проекта.</li> </ul>
5	<p>PR-brief (техническое задание) на разработку проекта</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие «креативный бриф»;</li> <li>- примеры креативного брифа;</li> <li>- разбор успешных брифов</li> </ul>
6	<p>Учет и контроль хода реализации проекта. Риски проекта. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- риски проекта;</li> <li>- учет и контроль хода реализации проекта;</li> <li>- разбор возможных проблем проекта</li> </ul>
7	<p>Заказчики, разработчики и исполнители информационно-коммуникационного проекта</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие «заказчик» и его функции в проекте;</li> <li>- понятие «разработчик» и его функции в проекте;</li> <li>- понятие «исполнитель» и его функции в проекте</li> </ul>
8	<p>Управление бюджетом проекта</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие «бюджет» в проекте;</li> <li>- управление бюджетом в проекте;</li> <li>- составление бюджета проекта</li> </ul>
9	<p>Документальное оформление всех этапов управления проектами в рекламе</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- список необходимых документов;</li> <li>- принципы документального оформления;</li> <li>- виды документов для проекта</li> </ul>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
10	Завершение рекламного или PR-проекта. Оценка эффективности проекта. Рассматриваемые вопросы: - сущность понятия «эффективность»; - показатели оценки эффективности; - методы расчета эффективности проекта
11	Рекламное и дизайнерское сопровождение PR-проектов Рассматриваемые вопросы: - разработка дизайна атрибутики проекта; - разработка наружной рекламы; - Product placement на мероприятиях
12	Принципы стратегического и тактического планирования проектов Рассматриваемые вопросы: - виды планирования; - принципы стратегического и тактического планирования проектов - Методы анализа внешней и внутренней среды.

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Отечественный и зарубежный опыт в сфере управления проектами В результате работы на практическом занятии студент учится давать характеристику отечественным и зарубежным проектам в области рекламы.
2	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью. В результате работы на практическом занятии студент изучает основы управления проектами в рекламе.
3	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью. В результате работы на практическом занятии студент изучает принципы построения проектной деятельности.
4	Технология разработки креативного брифа. Планирование проекта. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта. Принципы работы над проектом в команде. В результате работы на практическом занятии студент изучает технологии разработки креативного брифа.
5	PR-brief (техническое задание) на разработку проекта В результате работы на практическом занятии студент создает креативный бриф.
6	Учет и контроль хода реализации проекта. Риски проекта. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта. В результате работы на практическом занятии студент разрабатывает комплекс методов для нивелирования рисков проекта.
7	Заказчики, разработчики и исполнители информационно-коммуникационного проекта В результате работы на практическом занятии студент изучает понятия «заказчик», «разработчик» и «исполнитель».

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
8	Управление бюджетом проекта В результате работы на практическом занятии студент учится просчитывать бюджет проекта.
9	Документальное оформление всех этапов управления проектами в рекламе В результате работы на практическом занятии студент учится оформлять документы для проекта.
10	Завершение рекламного или PR-проекта. Оценка эффективности проекта. В результате работы на практическом занятии студент просчитывает эффективность проекта.
11	Рекламное и дизайнерское сопровождение PR-проектов В результате работы на практическом занятии студент изучает дизайн атрибутики проекта.
12	Принципы стратегического и тактического планирования проектов В результате работы на практическом занятии студент изучает принципы стратегического и тактического планирования

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента
4	Выполнение курсовой работы.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

#### 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

В течение семестра студент выполняет курсовую работу по теме «Оценка эффективности рекламного проекта». Курсовая работа выполняется по индивидуальному заданию, выданному преподавателем.

- 1.“Анализ методов оценки эффективности рекламных проектов”
- 2.“Влияние различных видов рекламы на эффективность рекламного проекта”
- 3.“Оценка эффективности рекламной кампании в социальных сетях”
- 4.“Эффективность использования интернет-рекламы для продвижения товаров и услуг”
- 5.“Методы измерения эффективности телевизионной рекламы”
- 6.“Оценка экономической эффективности рекламной кампании”
- 7.“Психологические аспекты восприятия рекламы и их влияние на эффективность проекта”
- 8.“Особенности оценки эффективности интегрированных рекламных кампаний”

9.“Исследование эффективности различных видов наружной рекламы”

10.“Оценка влияния рекламных акций и скидок на продажи и эффективность проекта”.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/ п	Библиографическо е описание	Место доступа
1	Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5.	<a href="https://urait.ru/bcode/510926">https://urait.ru/bcode/510926</a> (дата обращения: 16.04.2025) Текст : электронный
2	Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). —	<a href="https://urait.ru/bcode/510590">https://urait.ru/bcode/510590</a> (дата обращения: 16.04.2025). Текст : электронный

	ISBN 978-5-534-00436-6	
3	Карпичева М.В., Булахова П.А. Основы управления проектами в рекламе и PR. Методические рекомендации к курсовой работе. – М.: РУТ (МИИТ), 2024. - ... стр 23	<a href="https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/Karpicheva_BulakhovaUMP.pdf">https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/Karpicheva_BulakhovaUMP.pdf</a> (дата обращения: 14.01.2026). - Текст электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).  
Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).  
Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).  
Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер  
Операционная система Microsoft Windows.  
Microsoft Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования.

9. Форма промежуточной аттестации:

Курсовая работа в 4 семестре.  
Экзамен в 4 семестре.

## 10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры  
«Экономика транспортной  
инфраструктуры и управление  
строительным бизнесом»

М.Е. Курачева

старший преподаватель кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

П.А. Булахова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян