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 - программа 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: 01.10.2025

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 №5
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	Отечественный и зарубежный опыт в сфере управления проектами Рассматриваемые вопросы: - функции и цели проекта; - отечественный и зарубежный опыт управления проектами; - особенности управления проектами в рекламе.
2	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью. Рассматриваемые вопросы: - принципы управления проектами. - примеры рекламных проектов. - Сферы действия рекламных проектов.
3	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью. Рассматриваемые вопросы: - осуществление проектной деятельности - особенности проектной деятельности в рекламе - инструменты проектной деятельности
4	Технология разработки креативного брифа. Планирование проекта. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта. Принципы работы над проектом в команде. Рассматриваемые вопросы: - качества эффективного руководителя проекта. - технологии разработки брифа. - этапы планирования и построения проекта.
5	PR-brief (техническое задание) на разработку проекта Рассматриваемые вопросы: - понятие «креативный бриф»; - примеры креативного брифа; - разбор успешных брифов
6	Учет и контроль хода реализации проекта. Риски проекта. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта. Рассматриваемые вопросы: - риски проекта; - учет и контроль хода реализации проекта; - разбор возможных проблем проекта
7	Заказчики, разработчики и исполнители информационно-коммуникационного проекта Рассматриваемые вопросы: - понятие «заказчик» и его функции в проекте; - понятие «разработчик» и его функции в проекте; - понятие «исполнитель» и его функции в проекте
8	Управление бюджетом проекта Рассматриваемые вопросы: - понятие «бюджет» в проекте; - управление бюджетом в проекте; - составление бюджета проекта
9	Документальное оформление всех этапов управления проектами в рекламе Рассматриваемые вопросы: - список необходимых документов; - принципы документального оформления; - виды документов для проекта

№ 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 статегического 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	Библиографическое 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.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510926 (дата обращения: 25.04.2023) 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). — ISBN 978-5-534-00436-6.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510590 (дата обращения: 25.04.2023). Текст : электронный

3	Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01505-8.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513530 (дата обращения: 25.04.2023). Текст : электронный
4	Карпычева М.В., Булахова П.А. Основы управления проектами в рекламе и PR. Методические рекомендации к курсовой работе. – М.: РУТ (МИИТ), 2024.	https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/Karpicheva_BulakhovaUMP.pdf (дата обращения: 29.09.2025)- 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/).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (https://www.consultant.ru/), «Гарант» (https://www.garant.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 5 семестре.
Экзамен в 5 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

профессор, профессор, д.н. кафедры «Экономика и управление на транспорте» В.А. Подсорин

ассистент кафедры «Экономика и управление на транспорте» П.А. Булахова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической комиссии М.В. Ишханян