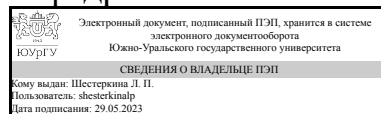


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



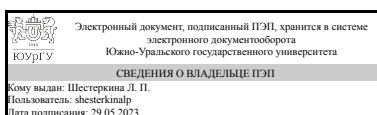
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.06.02 Реклама и связи с общественностью в международной сфере
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

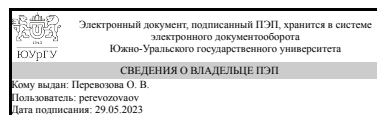
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент



О. В. Первозова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - ознакомить обучающихся с основами связей с общественностью (PR-технологиями) в стратегических коммуникациях в сфере международного бизнеса и международных отношений; сформировать научное понимание методологии PR и профессиональное представление о роли связей с общественностью в международных отношениях как индустрии в системе международной коммуникации и решении внешнеполитических задач, создать возможности для применения их практических моделей и технологий в работе дипломатических и международных ведомств и организаций. Задачи: изучение актуальных направлений международной PR-деятельности как части международных медиа и коммуникаций; формирование системного понимания стратегической роли системы связей с общественностью на международном уровне; освоение технологий связей с общественностью в международном формате; понимание роли публичных рилейшнз в управлении международным общественным мнением.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Связи с общественностью в международной сфере» является профильной, изучает многоуровневую систему международной PR-деятельности, модели управления международным общественным мнением, стратегии и технологии PR-коммуникаций, которые обеспечивают международное позиционирование и реализацию внешнеполитических целей, а также распространение влияния государственного языка и культуры, интересов страны в определенных сферах (бизнес, привлечение инвестиций). В ходе изучения дисциплины изучаются форматы развития репутации, гудвила и имиджа как применительно к стране, так и к разным участникам международного процесса, роль PR-технологий в ситуациях кризисов и конфликтов, в управлении проблемными зонами в системе международных отношений, концепты построения и организации международных программ и проектов. Овладение дисциплиной обеспечивает возможность как ведения научно-исследовательской и педагогической деятельности, так и работы во внешнеполитических учреждениях и международных организациях. Общий объем дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы, промежуточная аттестация в виде зачета.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает: Особенности рекламного и PR-продукта в международной сфере Умеет: Создавать информационные поводы для международных рекламных и PR-проектов Имеет практический опыт: Применения творческих решений в реализации рекламных и PR-проектов с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-2 ПКО-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов	Знает: Особенности планирования и проведения международных рекламных и PR-кампаний

СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Умеет: Разрабатывать рекламные и PR-продукты с учетом специфики зарубежных рынков Имеет практический опыт: Анализа международных рекламных и PR-проектов
---	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Производственная практика (профессионально-творческая) (4 семестр)	Имиджелогия, Современная пресс-служба, Планирование и проведение рекламной кампании, Практикум по видам профессиональной деятельности

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Производственная практика (профессионально-творческая) (4 семестр)	Знает: Основные принципы анализа и синтеза информации в сфере рекламы и связей с общественностью, Принципы создания текстов по рекламе и связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникаций, Функционал менеджера по коммуникациям в рамках текущей деятельности отделов рекламы и связей с общественностью и принципы реализации коммуникационного проекта Умеет: осуществлять поиск информации о коммуникационной деятельности объекта продвижения на целевом рынке, Создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной и PR-кампании, Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Имеет практический опыт: поиска творческого решения рекламных задач субъектов различных сфер деятельности, Осуществления авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта, Участия в творческом процессе создания проектов по рекламе и связям с общественностью

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Подготовка к семинарским занятиям, докладам-презентациям, аттестационным мероприятиям.	11,75	11.75
Выполнение домашних заданий	14	14
Подготовка вопросов к зачету	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Международные связи с общественностью: система понятий, методология	16	8	8	0
2	Обзор исследований и практики по связям с общественностью в мире	16	8	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Теоретическая основа международных связей с общественностью: исследования и практика.	2
2	1	Особенности взаимосвязей культуры и коммуникаций в международном пространстве	2
3	1	Масс медиа и связи с общественностью в международной сфере	2
4	1	Связи с общественностью, народная дипломатия и стратегические коммуникации: международная модель концептуального сближения	2
5	2	Транснациональные связи с общественностью зарубежных правительств	2
6	2	Негосударственные организации и международные связи с общественностью	2
7	2	Связи с общественностью в Европе	2
8	2	Связи с общественностью в США, странах третьего мира	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Международные связи с общественностью. Народная дипломатия и	2

		стратегические коммуникации	
2	1	Мировые СМИ. Контроль мировых СМИ	2
3	1	Роль мировых СМИ в формирования образа нации	2
4	1	Особенности связей с общественностью в высоко контекстной культуре и низко контекстной культуре	2
5	2	Особенности международных связей с общественностью негосударственных организаций	2
6	2	Особенности связей с общественностью зарубежных правительств	2
7	2	Связи с общественностью в Австралии	2
8	2	Связи с общественностью в Японии	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к семинарским занятиям, докладам-презентациям, аттестационным мероприятиям.	Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2018. 198 с. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. 2018. 288 с.	5	11,75
Выполнение домашних заданий	Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2018. 198 с. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. 2018. 288 с.	5	14
Подготовка вопросов к зачету	Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Учебное пособие для академического бакалавриата. — М.: Юрайт. 2018. 198 с. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. Учебник. — М.: Питер. 2018. 288 с.	5	10

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	5	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	15	Творческо-аналитический практикум предполагает написание эссе на тему: «Мировые СМИ: роль и значение в цифровой трансформации общества и укреплении международных связей с общественностью», подготовку презентацию к эссе, к публичному выступлению. Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - эссе написано в полном соответствии с жанром, презентация дополняет и сопровождает выступление, раскрыта основная идея, представлены оригинальные примеры, аргументы 10 - 8 баллов - эссе написано соответствии с жанром с небольшими замечаниями, презентация дополняет выступление, основная идея выражена, представлены примеры 7 - 4 балла - эссе написано с существенными нарушениями жанра, презентация не отличается оригинальностью, не дополняет и не сопровождает выступление, не раскрыта основная идея 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.	зачет
2	5	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	15	Творческо-аналитический практикум предполагает подготовку выступления на тему: «Влияние мировых СМИ на формирование имиджа страны». Максимальный балл 15. 15-11 баллов - задание выполнено полностью, замысел и авторская идея раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, подобраны оригинальные примеры. 10- 8 баллов - задание выполнено без существенных замечаний, замысел и авторская идея частично раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 7 - 5 баллов - задание выполнено с замечаниями, замысел и авторская идея не раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры	зачет

						4 - 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.	
3	5	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	15	Творческо-аналитический практикум предполагает выступление на тему «Проблемы в области коммуникаций и рекламы, требующие решения на международном уровне. Роль коммуникаций в поддержании международного мира и безопасности, развития сотрудничества между государствами». Максимальный балл 15. 15-11 баллов - задание выполнено полностью, замысел и авторская идея раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, подобраны оригинальные примеры. 10- 8 баллов - задание выполнено без существенных замечаний, замысел и авторская идея частично раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 7 - 5 баллов - задание выполнено с замечаниями, замысел и авторская идея не раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 4 - 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.	зачет
4	5	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	15	Творческо-аналитический практикум предполагает подготовку выступления на тему «PR-опыт одной выбранной страны». Максимальный балл 15. 15-11 баллов - задание выполнено полностью, замысел и авторская идея раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, подобраны оригинальные примеры. 10- 8 баллов - задание выполнено без существенных замечаний, замысел и авторская идея частично раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 7 - 5 баллов - задание выполнено с замечаниями, замысел и авторская идея не раскрыты, подготовлена презентация, отражающая идею выступления, есть примеры 4 - 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.	зачет

5	5	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. При оценивании результатов используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ).	зачет
---	---	--------------------------	-------	---	----	---	-------

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. При оценивании результатов используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) . Аттестационное мероприятие (зачет) выставляется по накоплению результатов работы в семестре (если студент набрал 60 и более процентов за все виды работ) или проводится в виде устного ответа на вопросы (если студент набрал менее 60 процентов за все виды работ).	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-1	Знает: Особенности рекламного и PR-продукта в международной сфере	+	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: Создавать информационные поводы для международных рекламных и PR-проектов	+	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: Применения творческих решений в реализации рекламных и PR-проектов с учетом мирового и отечественного опыта	+	+	+	+	+

ПК-2	Знает: Особенности планирования и проведения международных рекламных и PR-кампаний	+	+	+	+	+
ПК-2	Умеет: Разрабатывать рекламные и PR-продукты с учетом специфики зарубежных рынков	+	+	+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: Анализа международных рекламных и PR-проектов	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста [Текст] учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
2. Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил.
3. Ольшанский, Д. В. Политический консалтинг Учеб. пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. - СПб. и др.: Питер, 2005. - 447 с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Реферативный журнал. Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4, Государство и право [Текст] Рос. акад. наук, Ин-т науч. информации по обществ. наукам (ИНИОН) реферативный журнал. - М., 1997-
2. Журналист ежемес. журн.: 12+ Издат. дом "Журналист" журнал. - М., 1914-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Международные и региональные PR-технологии.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Международные и региональные PR-технологии.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в	Библиографическое описание
---	----------------	------------------------	----------------------------

		электронной форме	
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Воскресенская Н. Г., Карпенко Е. В., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М. Международные и региональные PR-кампании в сфере бизнеса, политики и культуры: Учебно-методическое пособие. 2019. 41 с. https://e.lanbook.com/

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 44 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Практические занятия и семинары	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 44 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.