ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-гуманитарных наук

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Лободенко Л. К.
Пользователь: lobodenkolk
Дата подписания: 18.11.2021

Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.06.02 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 заочная
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.

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Шестеркина Л. П.
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 16.11.2021

Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент (кн)

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Перевозова О. В.
Пользователь: perevozovaov
Дата подписания: 16.11.2021

О. В. Перевозова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной программы
к.пед.н., доц.

ЮУрГУ
Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Лычагина И. Н.
Пользователь: lychaginain
Дата подписания: 17.11.2021

И. Н. Лычагина

Челябинск

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 паблик 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
Имиджелогия	Планирование и проведение рекламной кампании, Практикум по видам профессиональной деятельности, Современная пресс-служба

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

Дисциплина	Требования
Имиджелогия	Знает: Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности)., Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезениации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций. Умеет: Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий., Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности Имеет практический опыт: В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне., Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 12,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах

		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	59,75	59,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Подготовка к семинарским занятиям, докладам-презентациям, аттестационным мероприятиям.	11,75	11.75
Подготовка вопросов к зачету	28	28
Выполнение домашних заданий	20	20
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	4	2	2	0
2	Обзор исследований и практики по связям с общественностью в мире	4	2	2	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.	1
2	1	Особенности взаимосвязей культуры и коммуникаций в международном пространстве	1
3	2	Масс медиа и связи с общественностью в международной сфере	1
4	2	Связи с общественностью, народная дипломатия и стратегические коммуникации: международная модель концептуального сближения	1

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 стратегические коммуникации	1
2	1	Мировые СМИ. Контроль мировых СМИ	1
3	2	Роль мировых СМИ в формирования образа нации	1
4	2	Особенности связей с общественностью в высоко контекстной культуре и	1

		низко контекстной культуре	

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.	6	11,75
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.	6	28
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.	6	20

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

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-мест-р	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	6	Текущий контроль	Творческо-аналитический практикум	1	15	Творческо-аналитический практикум предполагает написание эссе на тему: «Мировые СМИ: роль и значение в	зачет

						цифровой трансформации общества и укреплении международных связях 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.	
2	6	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 4 - 0 баллов - задание не выполнено. Для того, чтобы задание было зачтено, студент должен выполнить не менее 60%, набрать не менее 9 баллов.	зачет
3	6	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	зачет

						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.	
4	6	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	6	Проме-жуточная 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.	зачет

						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).	

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. Оценочные материалы

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	+	+	+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному 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 электронной форме	Библиографическое описание
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(бессрочно)

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.