

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра политологии

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе



Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Связи с общественностью в международных коммуникациях»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020



УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Л. П. Квашина

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в международных коммуникациях» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебного плана и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

Доцент, к.и.н., доцент кафедры политологии

М.С. Багликова М.С. Багликова

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Связи с общественностью в международных коммуникациях» относится к компоненту базовой части профессионального блока дисциплин подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» кафедрой журналистики.

Основывается на базе дисциплин: «Коммуникационные основы рекламной и PR - деятельности», «Технологии связей с общественностью в сфере политики», «Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления», «Брендинг».

Является основой для изучения дисциплин: «Имиджевые стратегии в PR», «Медиаправо». Нормативные ссылки *(не имеются)*

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	2	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Базовая дисциплина профессионального блока	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	2	2
Год подготовки	4	4
Семестр	7	
Количество часов	72	72
- лекционных	18	4
- практических, семинарских	18	2
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	36	66
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,	2	
в т.ч. аудиторных	2	

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Цель: формирование у студентов представлений и знаний о международном PR и его особенностях, осуществление творческой подготовки специалистов, нацеленных на реализацию карьеры в сфере международного PR, владеющих современными знаниями проблематики международных отношений и связей с общественностью.

Задачи:

- научиться работать с информационным поводом на основе современных медиатехнологий;
- освоить технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации;
- овладеть навыками создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Связи с общественностью в международных коммуникациях» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:

а) общекультурных (ОК):

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

б) общепрофессиональных (ПК):

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владеть знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

в) профессиональных (ПК):

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений; этапы подготовки и проведения информационных мероприятий; технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации;

уметь работать с целевыми аудиториями; организовывать работу пресс-служб; подготавливать и проводить информационные мероприятия; организовывать работу с международными СМИ; анализировать PR-тексты из сферы международных отношений; управлять информацией; работать с информационным поводом на основе современных медиатехнологий;

владеть навыками создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации; навыками осуществления мониторинга российских и зарубежных средств массовой информации.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

В рамках изучения дисциплины «Связи с общественностью в международных коммуникациях» используются следующие формы организации учебного процесса:

- **лекции** представляют собой обзор основных проблем дисциплины;
- **практические** занятия позволяют научить применять теоретические знания в исследовании и в решении конкретных задач;
- **самостоятельная работа** студента (СРС) выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. СРС подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и не внеаудиторную самостоятельную работу. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовят творческие проекты по изучаемым темам, готовятся к промежуточному и итоговому контролю по дисциплине;
- **модульный контроль** осуществляется путём написания контрольных работ по решению практических заданий и проверке знаний теоретических положений;
- **итоговый контроль** по дисциплине проводится в форме зачета.

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1	
Тема 1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	Признаки коммуникационного пространства. Кумар и Штопка. Индивидуализм. Дифференциация и появление специализированных связей. Рационализм и деперсонификация управления. Экспансия. Факторы глобализации. Основные направления Окинавской Хартии глобального информационного общества (2000 г.). Основные положения Концепции формирования информационного общества в России.
Тема 2. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	Определение интеграции Основные подходы к пониманию процессов интеграции. Функционализм и неофункционализм, федерализм. Д. Митрани. А. Этциони, А. Спинелли. Идея мирового правительства. С. Хантингтон. Виды международной

	интеграции. Предпосылки и этапы развития международной интеграции. Условия и особенности интеграционного международного процесса. Европейская интеграция. Нормативные основы международной интеграции. Вашингтонский консенсус (1999 г.). Правила «золотого корсета». Римский клуб. Особенности и вызовы современного периода.
Тема 3. Глобализация как главная тенденция мирового развития	Глобализация: понятие и сущность. Периодизация процесса глобализации. Теории глобализации. Взгляды на проблему глобализации (С. Хантингтона, Г. Киссинджера, Ф. Сашвальда, Ф. Фукуямы, М. Закера, И. Валертайна, С. Амина. Культурологическое видение глобализации как тенденции к созданию единой мировой культуры/цивилизации, растущей взаимосоотнесенности различных культур. Постиндустриализм. Теория мирового глобального гражданского общества. Социологические теории глобализации: многостороннего процесса взаимосвязывания структур, культур и субъектов в мировом масштабе (М. Эрчер); процесс, размывающий географические границы социокультурных нормативов (М. Уотерс); процесс, определяющий интенсификацию социальных отношений в мировом масштабе (Э. Гидденс); глобализация как сжатие мира в одно целое с одновременным осознанием этого целого локальными частями (Р. Робертсон); человечество как глобальная общность (М. Чешков). «Мондиализация» как транзакционный процесс, как всеобщий обмен в масштабах человечества (О. Долльфюс). Экологическое видение глобализации. Феномен макдонализации. Последствия глобализации: Антиглобализм. Альтерглобализм.
Тема 4. Многообразие акторов мировой политики и международных отношений.	Природа и особенности международных отношений. Понятие и признаки актора международных отношений. Государственные и негосударственные (национальные, интернациональные, транснациональные) акторы. Традиционные и нетрадиционные акторы. Государство как основной международный актор. Международные межправительственные организации (ММПО): компетенция, полномочия, классификация, функции. Главные признаки международных организаций (Ш.Зоргбид). Рост числа участников мирового политического процесса. Международные неправительственные организации (МНПО): понятие, сущность, виды, функции. Классификация МНПО. МНПО и формирование общественного мнения. Новые акторы мировой политики: транснациональные корпорации и глобальные рынки. ТНК и ТНБ. Нетрадиционные субъекты мировой политики. Интернет и СМИ как новые субъекты в мировой политике.
Тема 5. Публичная дипломатия	Государство как международный актор. Имидж государства. Определение внешней политики (ВП) и внешнеполитического процесса государств (ВПП). Специфика реализации внешней политики. Виды внешней политики. Дипломатия как средство международно-политической деятельности. Виды дипломатии.

	Публичная дипломатия: цели, средства, формы. Преимущества публичной дипломатии. «Твиттер» - дипломатия: особенности и инструменты влияния на международную общественность. Роль и методы публичной и «твиттер» - дипломатии и формирование международного общественного мнения.
Содержательный модуль 2	
Тема 6. Международный PR: особенности и потребности	Содержание и понятие PR в межкультурных отношениях. Цели, задачи, субъекты. Особенности международной общественности. Функции международного PR. Роль культурных, политических, экономических, социальных отличий в международной PR – коммуникации. Структурная модель культурных различий. Ценности, суждения, верования, поведенческие нормы. Микро - , макро- и мезо – среды. Проблемы PR с местной общественностью в разных странах. Типология деловой культуры. Западная и восточная деловая культура: ценностные расхождения. Клиповая культура. Формирование корпоративной идентичности. Бренд и брендинг. Принципы и система управления международными связями с общественностью. Особенности развития международного бизнеса на рынке услуг по связям с общественностью. Модели международного PR. Механизмы международного PR.
Тема 7. Пресс-служба правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных организаций.	Подготовка и проведение информационных мероприятий (презентации, приемы, церемонии открытия, выставки, экспозиции, форумы, симпозиумы, встречи на высшем уровне, круглые столы); развлекательных мероприятий (праздники, концерты, фестивали, Дни). Организация работы со средствами массовой информации разных типов, проведение мероприятий для журналистов (брифинги, пресс-конференции, пресс-туры), информационное сопровождение специальных международных мероприятий.
Тема 8. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.	Новость и информационный повод – ключевые понятия ньюсмейкинга. Основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений. Работа с информационным поводом. Управление информацией и спин-докторинг. Виды спин - докторинга. Особенности и технологии спинов в кризисных ситуациях.
Тема 9. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.	Структура устного и письменного PR-текста. Копирайтинг. Спичрайтинг. Спичрайтерский текст, основные характеристики. Виды речи: информационная, убеждающая, специальная (протокольная, торжественная и т.д.). Специфика и этапы подготовки публичной речи. Техника исполнения публичной речи (вербальная и невербальная).
Тема 10. Новые технологии информационного и организационного PR.	Мобильный маркетинг. Блоггинг. Флэш-моб. Роад-шоу. Функционирование корпоративных СМИ, организация и поддержание корпоративных сайтов.

Тематический план

Содержательный модуль 1.	
Названия	Количество часов

содержательных модулей и тем	Очная форма						Заочная форма					
							на базе общего среднего образования					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				
лекции		практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа	лекции		практические	лабораторные	самостоятель- ная работа	индивидуаль- ная работа	
Тема 1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	4	2			2		8	2			6	
Тема 2. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	6	2			4		6				6	
Тема 3. Глобализация как главная тенденция мирового развития	10	2	2		6		8				8	
Тема 4. Многообразие акторов мировой политики и международных отношений.	8	2	2		4		8				8	
Тема 5. Публичная дипломатия	8	2	2		4		10		2		8	
Итого по содержательному модулю 1	36	10	6		20		40	2	2		36	

Содержательный модуль 2.												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма						Заочная форма					
							на базе общего среднего образования					
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.				

		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 6. Международный PR: особенности и потребности	8	2	4		4		8	2			6	
Тема 7. Пресс-служба правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных организаций.	8	2	2		4		6				6	
Тема 8. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.	6	2	2		2		6				6	
Тема 9. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.	4		2		2		6				6	
Тема 10. Новые технологии информационного и устроительного PR в международных коммуникациях	8	2	2		4		6				6	
Итого по содержательному модулю 2	36	8	12		16		32	2			30	
Всего по курсу	72	18	18		36		72	4	2		66	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ

ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
Содержательный модуль 1		
1.	Тема 1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	2
2.	Тема 2. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	2
3.	Тема 3. Глобализация как главная тенденция мирового развития	2
4.	Тема 4. Многообразие акторов мировой политики и международных отношений.	2
5.	Тема 5. Публичная дипломатия	2
Содержательный модуль 2		
6	Тема 6. Международный PR: особенности и потребности	2
7.	Тема 7. Пресс-служба правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных организаций.	2
8.	Тема 8. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.	2
9.	Тема 9. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.	-
10.	Тема 10. Новые технологии информационного и организационного PR в международных коммуникациях.	2
Всего:		18

Темы практических занятий

№ п/п	Название темы	Кол-во часов
1.	Тема 3. Глобализация как главная тенденция мирового развития 1. Сущность и этапы глобализации. 2. Политическое измерение глобализации и ее последствия. 3. Экономическое измерение глобализации и ее последствия. 4. Культурное измерение глобализации и ее последствия. 5. Феномен макдонализации в разных сферах жизни общества.	2
2.	Тема 4. Многообразие акторов мировой политики и международных отношений. 1. Природа и особенности международных отношений. 2. Традиционные акторы международных отношений. 3. Нетрадиционные акторы международных отношений 3.1. Международные неправительственные организации (МНПО): виды и их роль мирового общественного мнения. 3.2. ТНК и ТНБ в системе мировой политики и международных отношений 3.3. Интернет и СМИ как новые субъекты в мировой политике и	2

	международных отношениях.	
3.	<p>Тема 5. Роль публичной дипломатии в глобальном информационном пространстве.</p> <p>1. Дипломатия как средство международно-политической деятельности: виды и функции.</p> <p>2. Публичная дипломатия: цели, средства, формы, преимущества.</p> <p>3. «Твиттер» - дипломатия: особенности и инструменты влияния на международную общественность.</p> <p>4. Роль и методы публичной и «твиттер» - дипломатии и формирование международного общественного мнения (на конкретных примерах).</p> <p>5. Роль бренда и брендинга в коммуникационных технологиях (презентация, анализ и разбор примеров).</p>	2
4.	<p>Тема 6. Международный PR: особенности и потребности</p> <p>1. Международный PR: цели, субъекты, особенности и функции.</p> <p>2. Роль культурных, политических, экономических, социальных отличий в международной PR – коммуникации.</p> <p>3. Западная и восточная деловая культура: ценностные расхождения.</p> <p>4. Модели и механизмы международного PR на современном этапе</p>	4
5.	<p>Тема 7. Пресс-служба правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных организаций.</p> <p>1. Особенности организации и работы пресс – службы правительства и государственных учреждений в разных странах (презентация, анализ и разбор примеров).</p> <p>2. Особенности организации и работы пресс – службы Министерства иностранных дел в разных странах (презентация, анализ и разбор примеров).</p> <p>3. Особенности организации и работы пресс-служба главы государства разных стран (презентация, анализ и разбор примеров).</p> <p>4. Особенности работы информационных центров ООН (презентация, анализ и разбор примеров)..</p> <p>5. Особенности работы PR-департаментов и информационных отделов ММПО (презентация, анализ и разбор примеров).</p>	2
6.	<p>Тема 8. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.</p> <p>1. Основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений (презентация, анализ и разбор примеров).</p> <p>3. Управление информацией и спин-докторинг в сфере международных коммуникаций (презентация, анализ и разбор примеров).</p>	2
7.	<p>Тема 9. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.</p> <p>1. Особенности и структура устного и письменного PR-текста в международных коммуникациях (на конкретном примере).</p>	2

	2. Копирайтинг: особенности и виды. Имиджевый копирайтинг (презентация примеров). 3. Спичрайтинг: специфика и этапы подготовки публичной речи. Техника исполнения публичной речи (вербальная и невербальная) по конкретному поводу.	
8.	Тема 10. Новые технологии информационного и устроительного PR в международных коммуникациях. 1. Блоггинг (презентация, анализ и разбор примеров). 2. Флэш-моб (презентация, анализ и разбор примеров). 3. Роад-шоу (презентация, анализ и разбор примеров).	2
всего		18

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

9. Самостоятельная работа

№ п/п	Название тем	Кол-во часов
1.	Тема 1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	2
2.	Тема 2. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	4
3.	Тема 3. Глобализация как главная тенденция мирового развития	6
4.	Тема 4. Многообразие акторов мировой политики и международных отношений.	4
5.	Тема 5. Публичная дипломатия	4
6.	Тема 6. Международный PR: особенности и потребности	4
7.	Тема 7. Пресс-служба правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных организаций.	4
8.	Тема 8. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.	2
9.	Тема 9. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.	2
10.	Тема 10. Новые технологии информационного и устроительного PR.в международных коммуникациях.	4
Всего		36

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Цель: выполнение индивидуальных заданий является одной из составляющих самостоятельной работы студента. Данный вид работы направлен на углубление теоретических знаний и развитию навыков демонстрации теоретического материала.

Тема 1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Тема 2. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Тема 3. Глобализация как главная тенденция мирового развития

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Задание 4. Подготовить сообщение на тему:

- Атиглобализм или альтерглобализм в современном мире (привести конкретные примеры движений).
- Глобализация и кризис суверенитета национальных государств

Тема 4. Многообразие акторов мировой политики и международных отношений.

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Тема 5. Публичная дипломатия

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Задание 4. Написать эссе на тему «Твиттер – дипломатия: за// против»

Задание 5. Подготовить сообщение на тему:

- Брендинг Скандинавских стран в глобальном пространстве.
- Брендинг Франции в глобальном пространстве.
- Брендинг Гонконга в глобальном пространстве.
- Брендинг России в глобальном пространстве.
- Брендинг мегаполисов (привести и проанализировать конкретный пример).
- Бренд-агенты как канал формирования успешного бренда страны в глобальном пространстве.
- Электронный бренд: основные концепции и подходы

Тема 6. Международный PR: особенности и потребности

Задание 1. Подготовить сообщение на тему:

- Международный опыт PR агентств в сфере обеспечения международных связей.
- Имидж страны и методы работы PR организаций по улучшению имиджа страны; различные аспекты этой работы.
- Деятельность PR специалистов по изучению страны по заказу клиента.

Задание 2. Составить терминологический словарь по теме

Задание 3. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 4. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Тема 7. Пресс-служба правительств и государственных учреждений, PR-департаментов и информационных отделов международных организаций

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полуоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полуоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Задание 4. Написать эссе на тему «Задачи связей с общественностью по продвижению имиджа ДНР».

Задание 5. Проанализировать работу пресс – службы органов государственной власти в кризисных ситуациях (антикризисный PR) на примере конкретных стран.

Тема 8. Управление информацией, основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полукоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полукоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Тема 9. Технологии создания письменных и устных PR-текстов в международной публичной коммуникации.

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полукоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полукоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Задание 4. Провести анализ PR-текстов из сферы международных отношений.

Тема 10. Новые технологии информационного и устроительного PR в международных коммуникациях

Задание 1. Составить терминологический словарь по теме

Задание 2. Самостоятельно проработать литературу и составить тестовые задания, разной степени сложности (закрытые, открытые, полукоткрытые, комбинированные). Предоставить 2 варианта заданий по 10 тестов (из которых должно быть - 5 закрытых, 2 открытых, 1 полукоткрытый, 2 комбинированных) и ключи к ним.

Задание 3. Поиск и реферирование научной литературы по теме.

Задание 4. Проанализировать PR – технологии скрытого маркетинга в глобальном пространстве (привести и проанализировать конкретные примеры).

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (к модулю)

1. Основные признаки современного коммуникационного пространства.
2. Основные направления Окинавской Хартии глобального информационного

общества (2000 г.).

3. Международная интеграция: понятие, виды, этапы.
4. Нормативные основы международной интеграции.
5. Сущность и этапы глобализации.
6. Политическое измерение глобализации и ее последствия.
7. Экономическое измерение глобализации и ее последствия.
8. Культурное измерение глобализации и ее последствия.
9. Феномен макдонализации в разных сферах жизни общества.
10. Природа и особенности международных отношений и мировой политики.
11. Традиционные акторы международных отношений.
12. Нетрадиционные акторы международных отношений.
13. Международные неправительственные организации (МНПО): виды и их роль мирового общественного мнения.
14. ТНК и ТНБ в системе мировой политики и международных отношений
15. Интернет и СМИ как новые субъекты в мировой политике и международных отношениях.
16. Дипломатия как средство международно-политической деятельности: виды и функции.
17. Публичная дипломатия: цели, средства, формы, преимущества.
18. «Твиттер» - дипломатия: особенности и инструменты влияния на международную общественность.
19. Роль бренда и брендинга в коммуникационных технологиях (презентация, анализ и разбор примеров).
20. Особенности организации и работы пресс – службы органов государственной власти.
21. Особенности организации и работы информационных центров ММПО.
22. Особенности работы PR-департаментов и информационных отделов ММПО.
23. Основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.
24. Управление информацией и спин-докторинг в сфере международных коммуникаций.
25. Особенности и структура устного и письменного PR-текста в международных коммуникациях.
26. Копирайтинг: особенности и виды. Имиджевый копирайтинг.
27. Спичрайтинг: специфика и этапы подготовки публичной речи. Техника исполнения публичной речи (вербальная и невербальная).
28. Роль блоггинга в международных коммуникациях.
29. Роль флэш-моб международных коммуникациях.
30. Роль роад-шоу в международных коммуникациях.

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

Модульный контроль является средством диагностики знаний студентов в рамках изучаемой дисциплины.

Модульный контроль проводится в виде контрольной работы. Каждый студент получает индивидуальный вариант задания и выполняет его письменно. Максимальная оценка за контрольную работу по модулю составляет 60 баллов. Если студент не явился на контрольную работу по модулю без уважительной причины, он получает ноль баллов. Студенты не могут повторно сдавать модульный контроль

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Исторический факультет

Кафедра политологии

Направление подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

Программа подготовки

Бакалавриат

Семестр

VII семестр

Учебная дисциплина

**«Связи с общественностью в
международных коммуникациях»**

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВАРИАНТ № 1

1. Международная интеграция: понятие, виды, этапы
2. Основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.

Утверждено на заседании кафедры журналистики

Протокол № ____ от «__» _____ 20 г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова
М.С. Багликова

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
№1	20
№ 2	20
Всего	40

10. Теоретические вопросы к зачету

1. Основные признаки современного коммуникационного пространства.
2. Основные направления Окинавской Хартии глобального информационного общества (2000 г.).
3. Международная интеграция: понятие, виды, этапы.
4. Нормативные основы международной интеграции.
5. Сущность и этапы глобализации.
6. Политическое измерение глобализации и ее последствия.
7. Экономическое измерение глобализации и ее последствия.
8. Культурное измерение глобализации и ее последствия.
9. Феномен макдонализации в разных сферах жизни общества.
10. Природа и особенности международных отношений и мировой политики.
11. Традиционные акторы международных отношений.
12. Нетрадиционные акторы международных отношений.
13. Международные неправительственные организации (МНПО): виды и их роль мирового общественного мнения.
14. ТНК и ТНБ в системе мировой политики и международных отношений
15. Интернет и СМИ как новые субъекты в мировой политике и международных отношениях.

16. Дипломатия как средство международно-политической деятельности: виды и функции.
17. Публичная дипломатия: цели, средства, формы, преимущества.
18. «Твиттер» - дипломатия: особенности и инструменты влияния на международную общественность.
19. Роль бренда и брендинга в коммуникационных технологиях (презентация, анализ и разбор примеров).
20. Особенности организации и работы пресс – службы органов государственной власти.
21. Особенности организации и работы информационных центров ММПО.
22. Особенности работы PR-департаментов и информационных отделов ММПО.
23. Основные технологии ньюсмейкинга в сфере международных отношений.
24. Управление информацией и спин-докторинг в сфере международных коммуникаций.
25. Особенности и структура устного и письменного PR-текста в международных коммуникациях.
26. Копирайтинг: особенности и виды. Имиджевый копирайтинг.
27. Спичрайтинг: специфика и этапы подготовки публичной речи. Техника исполнения публичной речи (вербальная и невербальная).
28. Роль блоггинга в международных коммуникациях.
29. Роль флэш-моб международных коммуникациях.
30. Роль роад-шоу в международных коммуникациях.

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Рейтинговая система оценки и контроля знаний студентов позволяет более глубоко анализировать результаты педагогической деятельности, получать детальную картину аудиторной и самостоятельной работы студента и делать весь процесс более результативным.

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе результатов текущего и итогового контроля знаний (экзамена), что в сумме составляет 100 баллов.

Текущий контроль знаний студентов

1. Выполнение модульных (контрольных заданий);
2. Выполнение заданий для самостоятельной работы студентов (в т. ч. индивидуальных заданий по согласованию с ведущим преподавателем).

В случае невыполнения определенных заданий текущего контроля по объективным причинам студенты имеют право, с разрешения деканата, сдать их до последнего семинарского занятия. Время и порядок сдачи определяет преподаватель.

Распределение баллов, которые могут получить студенты в процессе изучения дисциплины:

Текущий контроль (max. 70 баллов)			Зачет (max)	Всего баллов
Работа на практических (семинарских) занятиях	Выполнение заданий для СРС (в т. ч. индивидуальных заданий)	Модульный контроль		
25	5	40	30	100

Оценка за семестр вычисляется путем суммирования заработанных студентом баллов за семестр и на зачете либо экзамене и выставляется согласно шкале, принятой в ДонНУ.

<i>Оценка по шкале ECTS</i>	<i>Оценка по 100-балльной шкале, которая действует в ДОННУ</i>	<i>Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)</i>	<i>Оценка по государственной шкале (зачет)</i>
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

Оценка “А” выставляется за правильные полные ответы на семинарских занятиях, при выполнении контрольных работ, тестовых заданий по материалам лекционного курса. При этом студент способен установить причины и последствия прошлых событий, умеет анализировать и объективно оценивать исторические факты, события и явления. Он должен иметь навыки, необходимые для дифференциации, интеграции и унификации знаний учебного модуля; аргументированного изложения собственной точки зрения. Важно, чтобы студент самостоятельно находил новые источники информации и использовал их в соответствии целей деятельности. Достоянства внимания способность студента выявлять и анализировать основную литературу для изучения данного курса, свободно владеть понятийным аппаратом, терминологией.

Оценка “В – С” выставляется за правильные полные ответы на семинарах, при выполнении контрольных заданий, тестовых материалов и др. Отдельные ошибки, допущенные студентом существенно не влияют на общий уровень работы. Важно, что студент при этом умеет установить взаимосвязь между причинами и следствиями исторических событий и явлений, довольно точно знает исторические факты, их хронологию. Кроме того студент должен самостоятельно исправлять допущенные ошибки, знать основную литературу и обладать достаточным понятийным аппаратом.

Оценка “D – E” требует правильных ответов на семинарских занятиях, а также во время выполнения подавляющего большинства заданий, предусмотренных в контрольных работах и тестовых материалах. Учитывается, что студент допустил несколько существенных ошибок. При этом он знает общее содержание изученного материала, но не смог избежать некоторых ошибок, непоследовательного освещения исторических явлений и событий. К этому надо добавить слабые представления о понятийном аппарате.

Оценка “FX” выставляется при неудовлетворительной подготовке или неполных ответах на семинарских занятиях, выполнении с ошибками заданий, предусмотренных контрольными работами и тестовыми материалами. При этом студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при характеристике исторических событий и явлений, не понимает логики исторического процесса; не владеет понятийным аппаратом. Общий смысл работы дает основания для повторной сдачи зачета.

Оценка “F” выставляется при неудовлетворительной подготовки или неполных ответов на семинарских занятиях, выполнении с ошибками заданий, предусмотренных

контрольными работами и тестовыми материалами. При этом студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при характеристике исторических событий и явлений, не понимает логики исторического процесса; не владеет понятийным аппаратом. Общий смысл работы дает основания для повторной сдачи зачета, при условии обязательного набора дополнительных баллов.

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Освоение дисциплины предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся (аудит. № , г. Донецк, ул. Университетская, 22). Аудитория укомплектована учебной мебелью на 20 посадочных мест, комплектом рабочего места преподавателя, меловой доской, мультимедийным проектором (1шт.), экраном проектора (1шт.), ноутбуком (1шт.), набором мультимедийных дидактических средств для образовательных организаций общего и высшего образования (разработки преподавателей).

Для самостоятельной работы обучающихся рекомендовано использование библиотечных фондов ГОУ ВПО «ДонНУ», библиотечной системы «ЭБС», посещение читального зала №2 гуманитарных наук, (ауд. № 46 г. Донецк, ул. Университетская, 22), Читального зала № 4 периодической литературы, (ауд. №19 г. Донецк, ул. Университетская, 24).

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронно й версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Вавилова Ж. В. Международные коммуникации: перспективы развития в условиях виртуализации глобальной общественной сферы / Ж. В. Вавилова // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2016. – № 2. – С. 19-26.		+
2.	Гаджиев Д.В.Использование маркетинговых и PR – технологий при формировании и коррекции имиджа государственной политики страны/ Д.В. Гаджиев//УЭКС.-2017.-№3 (97).- С.1-12		+
3.	Галумов Э.А. PR в международных отношениях/Э.А. Галумов//Информация. Дипломатия. Психология. - М. :Известия, 2010. – 123 с.		
4.	Данилов В. А. Реклама и PR в органах государственной власти : учебное пособие / В. А. Данилов. Часть 2 : Реклама и PR-технологии в органах власти. – Москва : РГАУ-МСХА имени К.А.		+

	Тимирязева, 2020. – 180 с.		
5.	Коломиец О. А. Информационная политика государства в глобальном мире: внешнеполитический аспект (на примере Российской Федерации и Республики Гана) / О. А. Коломиец // Век информации (сетевое издание). – 2018. – Т. 2, № 3 (4). – С. 11-30		+
6.	PR в международных отношениях. Прикладные аспекты / под редакцией Выходца Р. С. – Санкт-Петербург: Экспертные решения, 2015. – 192 с.		+
7.	Фролов В. В. Политический PR, политическая коммуникация: учебно-методическое пособие / В. В. Фролов. – Псков: Псковский государственный университет, 2016. – 84 с.		+
Дополнительная литература			
1.	Балынская Н. Р. Использование политической рекламы в формировании имиджа власти / Н. Р. Балынская, О. С. Пищугина // Социум и власть. – 2015. – № 6 (56). – С. 89-94.		+
2.	Василенко И.А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта/ И.А. Василенко//Власть.- 2013.-№ 7.- С.24-28		+
3.	Василенко И.А. Новые тенденции мирового опыта ребрендинга государств: уроки для России / И.А. Василенко// Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право.- 2014.-№ 1 (33).- С. 131 - 138		+
4.	Векслер А. Ф. "Исторические отцы PR": первые практические опыты публичной дипломатии / А. Ф. Векслер // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2017. – Т. 2, № 1. – С. 135-161.		+
5.	Виноградова С.М., Мельник Г.С., Панцеров К.А. Медиаориентированный подход в подготовке специалиста по связям с общественностью в сфере международных отношений/ С.М. Виноградова, Г.С. Мельник, К.А.Панцеров//Медиаобразование.-2017.- № 1.-С.17-34		+
6.	Володина Л.В., Кострицкая Т.Б. «Мягкая сила» как инструмент управления страной/ Л.В. Володина, Т.Б. Кострицкая //Управленческое консультирование.-2014.-№ 5(65).- С.25-30		+
7.	Каганович А.А. Сущностные характеристики и компоненты национального брендинга: формирование бренда современной России в		+

	условиях глобальной конкуренции/А.А. Каганович//Вестник РУДН. Серия. Политология. - 2018. - № 2.- С.288-296		
8.	Карпчук Н.П. Роль публичной дипломатии в продвижении бренда Европейского Союза/ Н.П. Карпчук////Studia Humanitatis.- 2017.-№ 1. – С. 3-10		+
9.	Мельникова В. Г. Особенности формирования политического имиджа с помощью PR-технологий / В. Г. Мельникова, З. Н. Шуклина // Вектор экономики. – 2018. – № 11 (29). – С. 23.		+
10.	Напалкова И. Г. Имидж региона: специфика, основные элементы и технологии конструирования / И. Г. Напалкова, К. В. Курочкина // Экономическая история. – 2018. – Т. 14, № 4. – С. 414-429.		+
11.	Сеидов В. Г. Информационные технологии - ресурс политического влияния на международные отношения и идеологические процессы / В. Г. Сеидов // Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 9. – С. 114-125.		+
12.	Павлычева Е. Д. Спичрайтинг в контексте его сущности и деятельности в системе политического пиара (PR) / Е. Д. Павлычева // Значимые личности в языке и культуре: научное наследие Августа Шлейхера: материалы Международной научно-практической конференции (г. Москва, 19 октября 2018 г.) / ответственный редактор Г. Т. Хухуни. – Москва : ИИУ МГОУ, 2018. – С. 218-228.		+
13.	Смирнова А. А. Медиативные технологии как инструмент разрешения кризиса. Зачем нужны навыки медиатора PR-специалисту / А. А. Смирнова // Научные труды КубГТУ : электронный сетевой политематический журнал. – 2018. – № 1. – С. 206-216.		+
14.	Сулханова Е. С. Паблик рилейшнз как инструмент политической пропаганды / Е. С. Сулханова., Н. А. Рудыка // Norwegian Journal of Development of the International Science. – 2020. – № 40-3. – С. 67-69.		+
15.	Терещук В.И. Роль технологий электронного PR во внешнеполитической сфере//В.И. Терещук//Studia Humanitatis.- 2015.-№ 3. – С. 3-10		+
16.	Терещук М.И. Эволюция концепта «Брендинг» как инструмента обеспечения конкурентных преимуществ страны/ М.И. Терещук // Studia Humanitatis.- 2015.-№ 4. – С. 3-10		+

17.	Тюкаркина О.М. Роль национального брендинга в формировании внешнеполитического имиджа современной России/О.М. Тюкркина//Власть.-2011.- № 12.-С. 34-56		+
18.	Хабалев С. А. Принципы и приемы проведения пиар-кампаний в органах государственной власти США / С. А. Хабалев // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – № 5. – С. 104-106.		+

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ:

1. Электронный каталог ДонНУ (<http://library.donnu.ru/catalog/>)
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU(<https://elibrary.ru/>)
3. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://www.biblio-online.ru/>)
4. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (<https://biblioclub.ru/>)
5. ЭБС Znanium.com(<http://znanium.com/>)
6. Электронно-библиотечная система ibooks.ru (Айбукс-ру) (<https://ibooks.ru/>)
7. Научная электронная библиотека «Киберленинка» (<https://cyberleninka.ru/>)

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС -3D, LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры

с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____

