Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт бизнеса и делового администрирования

Кафедра Гуманитарных наук, деловой этики и социальной ответственности

УТВЕРЖДЕНА
решением Ученого совета
Института бизнеса и делового
администрирования
Протокол от «08» сентября 2016г.
№____4_____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.2 Организация связей с общественностью за рубежом

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

направление подготовки

_____41.03.01 Зарубежное регионоведение_____

(код, наименование направления подготовки)

__«Экономическое и политическое развитие стран Востока»__

(направленность (и) (профиль (и) специализация (ии))

_____бакалавр_____

(квалификация)

_____очная_____

(форма(ы) обучения)

Год набора 2016

Москва, 2016 г.

Автор–составитель:
доктор социологических наук, профессор Шарков Феликс Изосимович

Заведующая кафедрой
Гуманитарных наук, деловой этики и социальной ответственности
д. ф. н., профессор Колесникова Ирина Владимировна

Оглавление

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы....4

2.Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО....4

3.Содержание и структура дисциплины....5

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации дисциплине....8

5.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....19

6.Учебная литература и ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....20

6.1. Основная литература....20

6.2. Дополнительная литература....21

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....21

6.5. Интернет-ресурсы....22

7.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....22

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.7.2 «Организация связей с общественностью за рубежом» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК ОС-20	Способность применять технологии информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества	ОПК ОС-20.2	Способность применять технологии информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК ОС-20.2	**следующих знаний:** • технологий информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества • эффективных методов по выявлению технологий информационного обеспечения международного PR и инструментов информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества **следующих навыков:** • оценки технологий информационного обеспечения международного PR и инструментов информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества • выявления направлений применения технологий информационного обеспечения международного PR и инструментов информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества

2.Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.7.2 «Организация связей с общественностью за рубежом» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОП ВО, изучается в 7-м семестре, общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ / 72 академических/54 астрономических часа, в том числе 32 академических/24 астрономических часа контактной работы (16/12

часов лекций, 16/12 часов практических занятий), 40 академических/30 астрономических часов СРС.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области рекламы и связей с общественностью (Б1.Б.24, 5 семестр), кросскультурного менеджмента (Б1.В.ДВ.10.1, 6 семестр), а также на приобретенные ранее знания в области использования социокультурных традиций стран Востока (Б1.Б.29, 2 семестр).

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3.Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Роль института связей с общественностью (СО, ПР, PR, publicrelations) в современном обществе.	8/6	2/ 1,5		2/ 1,5		4/3	КР
Тема 2	Мировое сообщество как отражение действия системы международных связей с общественностью.	8/6	2/ 1,5		2/ 1,5		4/3	П
Тема 3	Приемы, методы и практика организации связей с общественностью в зарубежных странах.	8/6	2/ 1,5		2/ 1,5		4/3	Р
Тема 4	Особенности организационного построения структур в СО в различных странах	8/6	2/ 1,5		2/ 1,5		4/3	Э
Тема 5	Профессиональные кодексы и стандарты этических принципов в СО США, Европы и России	8/6	2/ 1,5		2/ 1,5		4/3	ПО
Тема 6	Международные объединения `паблик рилейшнз`	8/6	2/ 1,5		2/ 1,5		4/3	Э
Тема 7	Исторические особенности возникновения и развития `паблик рилейшнз` в Велико-британии	8/6	1/0 ,75		1/0, 75		4/3	П
Тема 8	Развитие `паблик рилейшнз` в других странах Европы	8/6	1/0 ,75		1/0, 75		4/3	
Тема 9	Этапы и особенности развития `паблик рилейшнз` в США	8/6	1/0 ,75		1/0, 75		4/3	
Тема 10	Основные этапы взаимодействия системы СО в России с зарубежными странами	6/4,5	1/0 ,75		1/0, 75		4/3	ДИ
Промежуточная аттестация								зачет

Всего:	72/ 54	16/ 12		16/ 12		40/ 30	

**- формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), письменный опрос (ПО), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д), презентация (П), деловая игра (ДИ) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Роль института связей с общественностью (СО, ПР, PR, public relations) в современном мире.

Связи с общественностью (СО): многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса "паблик рилейшнз".Роль института связей с общественностью. Связи с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции СО.Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и паблисити. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в зарубежных странах. Принципы СО.

Тема 2. Мировое сообщество как отражение действия системы международных связей с общественностью

Современные тенденции развития международных отношений с точки зрения действия международных PR-стратегий крупнейших мировых держав. Мировая система и процессы глобализации, их отражение в системе международных связей с общественностью. Концепции глобализации и роль связей с общественностью в формировании нового мирового порядка. Глобальные проблемы современности и пути их решения с помощью системы связей с общественностью. Место России в мировом сообществе и формирование ее имиджа на мировой арене с помощью системы связей с общественностью.

Тема 3. Приемы, методы и практика организации связей с общественностью в развитых странах

Четыре этапа кругового процесса "паблик рилейшнз" в развитых странах: исследования проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики ПР-программы, реализация программы по приоритетам, оценка эффективности и внесение корректировок. Особенности рабочих мероприятий в СО развитых стран. Классификация оперативных рабочих документов и имиджевых документов в СО. Виды средств массовой коммуникации (СМК), используемых в СО. Центральные средства массовой информации (СМИ), региональные СМИ, местные СМИ. Преимущества и недостатки каждого вида СМК в странах с различным уровнем развития информационно-коммуникационных технологий, используемых в СО. СО и Интернет.

Тема 4. Особенности организационного построения структур в СО в различных странах

Функции отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях различных стран. Структура типового ПР-агентства европейских стран. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, отдел по СО в корпорации, агентство по СО. Типовая консультационная фирма по СО Европы и Америки.

Тема 5. Профессиональные кодексы и стандарты этических принципов в СО США, Европы и России

Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста: Афинский и Европейский (Лиссабонский) кодексы, Кодекс профессионального поведения IPRA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. Профес-сиональные особенности подготовки специалистов в США, Европе и России.

Тема 6. Международные объединения "паблик рилейшнз"

Главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью: IPRA, CERP, IABC, IPR, PRSA, PACO, Гильдия пресс-секретарей и работников по связям с общественностью. Крупнейшие международные агентства и сети ПР-агентств. Главные российские и международные профессиональные издания в области СО: PR News, Jack O`Dwyer`s Newsletter, PR Journal, Советник, Сообщение. Паблик рилейшнз" во всемирной компьютерной сети ИНТЕРНЕТ. Справочные и информационные ПР-службы: Lexis-Nexis, PR Newswire, RPRG, What Papers Say.

Тема 7. Исторические особенности возникновения и развития "паблик рилейшнз" в Великобритании

"Паблик рилейшнз" в Великобритании накануне Первой мировой войны. 1911 год - страховая компания Ллойд Джорджа - образец первой ПР-структуры. 1914 год - начало функционирования пресс-служб и служб по связям с общественностью в государственных учреждениях Великобритании. "Паблик рилейшнз" в Великобритании в 20-е и 30-е годы. 1918 год - завершение 1-го этапа формирования подразделений по СО в государственных структурах: Министерство информации (доминионы, союзные и нейтральные страны), Национальный комитет по военным нуждам (патриотические компании в Великобритании), Комитет лорда Нортклифа (пропаганда на страны противника), Отдел информации МИД. Особенности формирования структур по СО в госаппарате накануне Второй мировой войны. 1937 год - создание Национальной ассоциации работников местного самоуправления сети представителей по связи с общественностью в районах и областях. 1939 год - образование ПР-отделов в государственных ведомствах по социальным вопросам (Министерство труда, Министерство здравоохранения) и в ведущих военных ведомствах. Британская национальная школа PR после Второй мировой войны.

Создание института PR (IPR)в 1948 году. Принятие нормативных документов в области СО. Формирование национальной профессиональной школы по СО. Современная британская школа "паблик рилейшнз".

Тема 8. Развитие "паблик рилейшнз" в других странах Европы

Краткий обзор основных этапов становления и развития СО в Европе (Франция, Германия, Италия) в 50-е - 90-е годы. Итоги 50-летнего развития СО как профессии, науки и отрасли бизнеса в Западной Европе.

Тема 9. Основные этапы и особенности развития "паблик рилейшнз" в США и Канаде

Развитие паблик рилейшнз в США

1807 - Послание Томаса Джефферсона "О положении в стране" и появление термина "паблик рилейшнз".

1896 - Уильям Прайс из "Вашингтон Стар" - первый специалист по PR.

1902 - образование президентской пресс-службы Теодора Рузвельта.

1903 - Айви Ледбеттер Ли - первый PR-консультант по PR для бизнеса.

1913 год - тактика "отношений с прессой" Вудро Вильсона.

1919 год - начало официального использования термина "PR" в бизнесе.

1929 год - первый пресс-секретарь при Белом доме. Начало формирования официальной стратегии и тактики по PR Белого дома.

Особенности PR-обеспечения "Нового курса" Ф.Рузвельта. Президентские "Беседы у камина". Разработка массовых официальных ПР-документов.

Особенности PR-обеспечения политики новых рубежей Джона Кеннеди, "Великое общество" Линдона Джонсона.

"Паблик рилейшнз" при администрации Рональда Рейгана: "Великий коммуникатор" 80-х годов.

Особенности современной американской профессиональной школы по PR. Концепция "Корпоративной социальной ответственности", "Лояльного корпоративного гражданина".

Система подготовки PR-профессионалов в области связей с общественностью.

Развитие паблик рилейшнз в Канаде.

In the mid 1970 s, members of the Canadian Public Relations Society began to work with faculty at Mount Saint Vincent University to establish the first professional degree in public relations in Canada. Создание в середине 1970-х годов канадского Общества общественных отношений.

Создание факультета в Сент-Винсент университете (Mount saint Vincent university).

Появление профессиональной степени по связям с общественностью в Канаде. Research conducted by the society into the needs in the marketplace indicated that university-educated professionals would be in high demand in the latter half of the 20th century.

Исследования, проведенные в обществе потребности на рынке показал, что университетское образование специалистов будет высокий спрос во второй половине 20-го века.

Набор первой The first group of students entered the program in 1977, and four years later 24 students made up the first graduating class. группы студентов на специальность «Паблик рилейшнз» в 1977 году.

Ведение в 2001 году департаментом образовательного коммуникативно-корпоративного компонента как требование степени.

More than 1,500 students have graduated to date and are pursuing rewarding careers in public relations. Ныне свыше 1500 выпускников вузов по направлению общественных отношений работают в фирмах и учреждениях Канады.

Тема 10. Основные этапы взаимодействия системы СО в России с зарубежными странами

Формирование информационно-пропагандистского аппарата в СССР в 1917 - 1985 годах. Особенности становления и развития отечественной школы "паблик рилейшнз" с 1985 года. Воздействие демократизации российского общества и становление рыночных отношений на СО в России. Сравнительная характеристика особенностей развития СО в российских государственных учреждениях, коммерческих структурах, общественных объединениях, политических партиях в 80-е - 90-е годы. Четыре этапа формирования и развития ПР в России в 1991 - 1997 годах. Образование РАСО (июль 1991 года).

Система профессиональной подготовки специалистов в области СО.

Российская Декларация этических принципов в СО. Участие РАСО и российских PR-организаций в деятельности международных организаций IPRA, CERP, IABC, IPR, PRSA, , Гильдия пресс-секретарей и работников по связям с общественностью, крупнейших международных агентств и сети ПР-агентств.

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

1.1.1. В ходе реализации дисциплины Б.1.В.ДВ.7.2 «Организация связей с общественностью за рубежом» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий: контрольные занятия, написание эссе и рефератов.

1.1.2. Промежуточная аттестация проводится в письменной форме: эзачет.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

4.2.1. Контрольные вопросы для самостоятельного изучения курса

1. Многообразие определений и понятий: "public relations", "паблик рилейшнз", PR, ПР, связи с общественностью.

2. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса "паблик рилейшнз" в зарубежных странах.
3. Роль связей с общественностью (СО) в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Особенности организации связей с общественностью в различных странах
4. Соотношение понятий и функций: СО и реклама, СО и пропаганда, СО и маркетинг, СО и паблисити.
5. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в Европе и Америке.
6. Основные организационные структуры в СО Европы и Америки.
7. Отличительные особенности функций отделов по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях в различных странах.
8. Структура типового PR-агенства европейских стран.
9. Принципы СО международных ассоциаций по связям с общественностью.
10. Общая характеристика функций специалиста по СО.
11. Профессиональные требования к специалисту по СО в странах Европы и Америке..
12. Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды кодексов профессионального поведения PR -специалиста.
13. Понятие "обратная связь" в СО.
14. Понятие цикличного процесса "паблик рилейшнз". Опыт создания и функционирования циклической модели в зарубежных странах.
15. Классификация рабочих документов в СО.
16. «Спираль молчания». Германский опыт функционирования двухступенчатой модели прохождения информации до целевой аудитории в СО.
17. Виды средств массовой коммуникации (СМК), используемых в СО зарубежных стран и России.
18. Центральные средства массовой информации (СМИ) в России и за рубежом, региональные СМИ, местные СМИ. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.
19. Главные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью. Крупнейшие международные агентства и сети PR -агентств.
20. Профессиональная подготовка специалистов в США, Европе и России. Сертификация и лицензирование профессионалов по связям с общественностью в различных странах.
21. История становления и развития СО в Великобритании.
22. Особенности развития и становления СО в США.
23. Основные этапы становления и развития СО в СССР и России.
24. Характеристика особенностей российской школы "паблик рилейшнз".
25. Виды рабочих мероприятий в СО.
26. Специальные PR –мероприятия
27. Promotion-мероприятия.
28. Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.
29. Паблик рилейшнз и реклама.
30. Медиа-планирование.
31. Пресс-релиз и пресс-кит.
32. Пресс-клиппинг, пресс-досье.
33. Мониторинг в системе СО.
34. Фокусные группы в СО.
35. Crisis management/ issue management.
36. PR-agency и PR-consultancy: сходства и различия.
37. Паблик рилейшнз и паблисити.
38. Public relations, public affairs и business communications.

39. Новостийный (новостной) повод.

4.2.2. Примерная тематика рефератов, курсовых работ

1. Социально-философские предпосылки возникновения связей с общественностью за рубежом и в России.
2. Основные мировые тенденции развития социологии связей с общественностью на современном этапе.
3. Формирование методологического аппарата связей с общественностью с момента возникновения и до настоящего времени.
4. Особенности понятийного аппарата социологии связей с общественностью на этапе зарождения в Америке.
5. Преломление взглядов О.Конта в различных ПР-стратегиях.
6. Органическая теория общества Г.Спенсера и ее влияние на процесс разработки PR-программ.
7. Отражение идей Э. Дюркгейма в работах современных американских специалистов по связям с общественностью.
8. Социология М. Вебера и ее использование в сфере связей с общественностью на современном этапе.
9. Особенности развития связей с общественностью в РФ, обусловленные характером российской социологической школы.
10. Процесс институционализации связtq с общественностью за рубежом.
11. Продвижение ПР-решений в зависимости от социально-территориальной общности.
12. Влияние социально-территориальной общности на процесс разработки и реализации ПР-программ.
13. Влияние социальной системы и социальной структуры различных стран на развитие связей с общественностью.
14. Отражение процесса модернизации общества в связях с общественностью на современном этапе.
15. Особенности развития международных связей с общественностью на современном этапе.
16. Мировая система и процессы глобализации как одна из задач международных связей с общественностью.
17. Отражение концепции глобализации в связях с общественностью на современном этапе.
18. Глобальные проблемы современности и пути их решения с помощью системы связей с общественностью.
19. Роль связей с общественностью (СО) в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Особенности организации связей с общественностью в различных странах.
20. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в Европе и Америке.
21. Принципы СО международных ассоциаций по связям с общественностью.
22. Этика и профессиональные стандарты в СО в зарубежных странах. Виды кодексов профессионального поведения PR -специалиста.
23. Понятие цикличного процесса "паблик рилейшнз". Опыт создания и функционирования циклической модели в зарубежных странах.
24. «Спираль молчания». Германский опыт функционирования двухступенчатой модели прохождения информации до целевой аудитории в СО.
25. Центральные средства массовой информации (СМИ) в России и за рубежом, региональные СМИ, местные СМИ. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.
26. Основные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью. Крупнейшие международные агентства и сети PR -агентств.

27. Профессиональная подготовка специалистов в США, Европе и России. Сертификация и лицензирование профессионалов по связям с общественностью в различных странах.
28. История становления и развития СО в Великобритании.
29. Особенности развития и становления СО в США.
30. Основные этапы становления и развития СО в СССР и России.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК ОС-20	Способность применять технологии информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества	ОПК ОС-20.2	Способность применять технологии информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества

Этап освоения компетенции	Критерий оценивания	Показатель оценивания
ОПК ОС-20.2 Способность применять технологии информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества	Выделяет основные направления применения технологий информационного обеспечения международного PR и инструментов информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества	1. Выявлены основные направления применения технологий информационного обеспечения международного PR и инструментов информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества

4.3.2. Типовые оценочные средства

Список вопросов для подготовки к зачету:

1. Возникновение направления связей с общественностью за рубежом.
2. Отражение позитивистских воззрений О.Конта в системе связей с общественностью.
3. Органическая теория общества Г.Спенсера и ее преломление в сфере связей с общественностью.
4. Использование в сфере связей с общественностью теории Э.Дюркгейма.
5. Претворение идей М.Вебера в современных связях с общественностью.
6. Развитие социальных институтов и трансформация связей с общественностью в зарубежных странах.
7. Построение PR-программ в различных странах в зависимости от социальной системы и структуры.
8. Построение PR-стратегии в различных странах с учетом социальной стратификации.

9. Стратификация современного общества и структура связей с общественностью на современном этапе.
10. Влияние социального развития и прогресса на развитие связей с общественностью в мире.
11. Основные тенденции развития международных отношений на современном этапе.
12. Процессы глобализации и их влияние на развитие международных связей с общественностью.
13. Концепции глобализации и роль связей с общественностью в формировании нового мирового порядка.
14. Глобальные проблемы современности и пути их решения с помощью системы связей с общественностью.
15. Создание имиджа стран на мировой арене.
16. Сущность и особенности PR-стратегий различных стран для государственных учреждений и властных структур.
17. Лоббирование в странах Европы и в Америке и его воздействие на систему общественных отношений.
18. Современные ведущие зарубежные кампании в структуре связей с общественностью.
19. Особенности социальной модели ПР-технологий в зарубежных странах.
20. Роль социологического исследования в структуре связей с общественностью.
21. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в Европе и Америке.
22. Принципы СО международных ассоциаций по связям с общественностью.
23. Этика и профессиональные стандарты в СО в зарубежных странах. Виды кодексов профессионального поведения PR -специалиста.
24. Понятие цикличного процесса "паблик рилейшнз". Опыт создания и функционирования циклической модели в зарубежных странах.
25. «Спираль молчания». Германский опыт функционирования двухступенчатой модели прохождения информации до целевой аудитории в СО.
26. Центральные средства массовой информации (СМИ) в России и за рубежом, региональные СМИ, местные СМИ. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.
27. Основные международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью. Крупнейшие международные агентства и сети PR -агентств.
28. Профессиональная подготовка специалистов в США, Европе и России. Сертификация и лицензирование профессионалов по связям с общественностью в различных странах.
29. История становления и развития СО в Великобритании.
30. Особенности развития и становления СО в США.
31. Основные этапы становления и развития СО в СССР и России.
32. Обмен опытом российских и зарубежных PR-компаний. Международное сотрудничество.

Шкала оценивания

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине, относится текущий контроль и промежуточная аттестация в форме зачета. Выполнение заданий, предусмотренных программой курса, является обязательным для всех студентов.

Студенты, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче зачета и экзамена.

Результаты текущего и промежуточного (итогового по дисциплине) контроля формируют рейтинговую оценку работы студента.

Наименование	Показатели	Критерии оценивания	Оценка

темы (раздела)	оценивания		(баллы)
Тема 1. Роль института связей с общественностью (СО, ПР, PR, publicrelations) в современном обществе.	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения, обоснованность выводов.	**Инструмент оценивания - контрольная работа** В работе представлена полная и достоверная информация по вопросу, имеет место полное понимание материала, ответ изложен логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. В работе использована информация, полученная в результате самостоятельной работы.	85-100 отлично
		В работе представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным аппаратом, ответ изложен в целом логично	70-84 хорошо
		В работе представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонстрирует поверхностное и фрагментарное понимание лекционного материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения и противоречивость выводов	55-69 удовлетвори-тельно
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	менее 55 неудовлетво-рительно
Тема 2. Мировое сообщество как отражение действия системы международных связей с общественностью.	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения, обоснованность выводов, навыки подбора, обработки и интерпретации экономической информации.	**Инструмент оценивания - презентация на семинаре.** В презентации представлена полная и достоверная информация по теме, имеет место полное понимание материала, изложение логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. В работе использована информация, полученная в результате самостоятельной работы. Представлены самостоятельные и обоснованные выводы.	85-100 отлично
		В презентации представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным аппаратом, ответ изложен в целом логично. Представлены некоторые самостоятельные выводы.	70-84 хорошо
		В презентации представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонстрирует поверхностное и фрагментарное	55 - 69 удовлетво-рительно

		понимание лекционного материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения и противоречивость	
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	Менее 55 неудовлет-ворительно
Тема 3. Приемы, методы и практика организации связей с общественностью в зарубежных странах.	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения, обоснованность выводов, навыки подбора, обработки и интерпретации экономической информации.	**Инструмент оценивания - реферат.** В реферате представлена полная и достоверная информация по теме, имеет место полное понимание материала, изложение логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. В работе использована информация, полученная в результате самостоятельной работы. Представлены самостоятельные и обоснованные выводы.	85-100 отлично
		В реферате представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным аппаратом, ответ изложен в целом логично. Представлены некоторые самостоятельные выводы.	70-84 хорошо
		В реферате представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонстрирует поверхностное и фрагментарное понимание лекционного материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения и противоречивость	55 - 69 удовлетво-рительно
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	Менее 55 неудовлет-ворительно
Тема 4. Особенности организационного построения структур в СО в различных странах	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения, способность к самостоятельному мышлению.	**Инструмент оценивания - эссе.** В эссе представлена полная и достоверная информация по теме, изложение логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. Работа содержит самостоятельные рассуждения и обоснованные выводы.	85-100 отлично
		В эссе представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным	70-84 хорошо

		аппаратом, изложение в целом логично. Работа содержит некоторые самостоятельные рассуждения.	
		В эссе представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонстрирует поверхностное и фрагментарное понимание материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения. Почти отсутствуют самостоятельные суждения.	55 - 69 удовлетво-рительно
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	Менее 55 неудовлет-ворительно
Тема 5. Профессиональные кодексы и стандарты этических принципов в СО США, Европы и России	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения	**Инструмент оценивания - письменный опрос.** В работе представлена полная и достоверная информация по вопросу, имеет место полное понимание материала, ответ изложен логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. В работе использована информация, полученная в результате самостоятельной работы.	85-100 отлично
		В работе представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным аппаратом, ответ изложен в целом логично.	70-84 хорошо
		В работе представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонстрирует поверхностное и фрагментарное понимание лекционного материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения и противоречивость выводов.	55 - 69 удовлетво-рительно
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	Менее 55 неудовлет-ворительно
Тема 6. Международные объединения `паблик рилейшнз`	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения, обоснованность выводов, навыки подбора, обработки и интерпретации	**Инструмент оценивания - реферат.** В реферате представлена полная и достоверная информация по теме, имеет место полное понимание материала, изложение логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. В работе использована информация, полученная в результате самостоятельной работы. Представлены	85-100 отлично

	экономической информации.	самостоятельные и обоснованные выводы.	
		В реферате представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным аппаратом, ответ изложен в целом логично. Представлены некоторые самостоятельные выводы.	70-84 хорошо
		В реферате представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонст-рирует поверхностное и фрагментарное понимание лекционного материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения и противоречивость	55 - 69 удовлетво-рительно
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	Менее 55 неудовлет-ворительно
Тема 7-8-9. Исторические особенности возникновения и развития `паблик рилейшнз` в Великобритании, США, странах Е:вропы	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, логика изложения, обоснованность выводов, навыки подбора, обработки и интерпретации экономической информации.	**Инструмент оценивания - презентация на семинаре.** В презентации представлена полная и достоверная информация по теме, имеет место полное понимание материала, изложение логично, использование релевантного понятийно-терминологического аппарата, использованы необходимые статистические данные. В работе использована информация, полученная в результате самостоятельной работы. Представлены самостоятельные и обоснованные выводы.	85-100 отлично
		В презентации представлена в основном достоверная и относительно полная (более 70%) информация, обучающийся в основном знаком с понятийным аппаратом, ответ изложен в целом логично. Представлены некоторые самостоятельные выводы.	70-84 хорошо
		В презентации представлена неполная и частично неверная информация, обучающийся демонстрирует поверхностное и фрагментарное понимание лекционного материала, недостаточно овладел понятийным аппаратом, имеются нарушения логики изложения и противоречивость	55 - 69 удовлетво-рительно
		Отсутствует целостное понимание материала, обучающийся не знаком с терминологией. Имеет место неполное понимание сути вопроса.	Менее 55 неудовлет-ворительно

Тема 10. Основные этапы взаимодействия системы СО в России с зарубежными странами	Знание фактического материала по теме, владение терминологией, умение вести дискуссию	**Инструмент оценивания - деловая игра** В ходе игры обучающийся оперирует полной и достоверной информация по теме, четко, логично и аргументировано излагает свою позицию, использует релевантный понятийно-терминологический аппарат.	85-100 отлично
		В ходе игры обучающийся оперирует в основном полной и достоверной информация по теме, в основном четко излагает свою позицию, использует релевантный понятийно-терминологический аппарат	70-84 хорошо
		В ходе игры обучающийся демонстрирует недоста-точное для ведения дискуссии владение информация по теме, не обладает навыками изложения своей позиции, недостаточно уверенно использует понятийно-терминологический аппарат	55 – 69 удовлетво-рительно
		В ходе игры обучающийся демонстрирует неосведом-ленность по теме дискуссии, отсутствует навык изложения своей позиции, не используется понятийно-терминоло-гический аппарат	Менее 55 неудовлет-ворительно

Итоговая оценка по курсу складывается из оценки работы обучающегося в семестре и результата зачета/экзамена. Удельный вес работы в семестре, как правило, составляет 50% итоговой оценки (по 100-балльной шкале).

Показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

работа со специализированной литературой и документами, специализированными отечественными и зарубежными информационными порталами, использование релевантной терминологии, использование математических методов экономического анализа.

Шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования включает следующие критерии:

- полное соответствие;
- частичное соответствие;
- несоответствие.

4.4. Методические материалы

Показатели и критерии текущего оценивания освоения компетенций.

Критерии оценивания итогов промежуточной аттестации (зачет, экзамен) по 100-бальной шкале.

100-95	5+	Программа курса освоена полностью. Обучающийся свободно ориентируется в проблематике всех тем курса, владеет терминологией, умеет использовать теоретический материал и научный инструментарий для решения профессиональных задач. Понимает место данной учебной дисциплины в своем профессиональном становлении. Обладает высоким уровнем профессиональной эрудиции. Умеет рассматривать конкретные вопросы учебной дисциплины в контексте, выходящем за рамки этой дисциплины, в междисциплинарном ключе. Имеет собственную аргументированную позицию по ключевым проблемам курса.
94-90	5	Программа курса освоена полностью. Обучающийся свободно ориентируется в проблематике всех тем курса, владеет терминологией, умеет использовать теоретический материал и научный инструментарий для решения профессиональных задач. Понимает место данной учебной дисциплины в своем профессиональном становлении. Обладает высоким уровнем профессиональной эрудиции. Умеет рассматривать конкретные вопросы учебной дисциплины в контексте, выходящем за рамки этой дисциплины. Собственная позиция - в стадии формирования.
89-85	5-	Программа курса освоена полностью. Обучающийся свободно ориентируется в проблематике всех тем курса, владеет терминологией, умеет использовать теоретический материал и научный инструментарий для решения практических задач. Понимает место данной учебной дисциплины в своем профессиональном становлении. Обладает высоким уровнем профессиональной эрудиции.
84-80	4+	Программа курса освоена полностью. Обучающийся ориентируется в проблематике практически всех тем курса. Владеет терминологией. Понимает, каким образом теоретический материал может быть использован в качестве инструментария для решения практических задач. Обладает достаточным уровнем профессиональной эрудиции.
79-75	4	Программа курса освоена полностью. Обучающийся ориентируется в проблематике практически всех тем курса. Владеет терминологией. Понимает, каким образом теоретический материал может быть использован в качестве инструментария для решения практических задач. Обладает необходимым уровнем профессиональной эрудиции.
74-70	4-	Программа курса освоена практически полностью. Обучающийся ориентируется в проблематике большинства тем курса. Владеет терминологией. Понимает, каким образом теоретический материал может быть использован в качестве инструментария для решения практических задач. Демонстрирует удовлетворительный уровень профессиональной эрудиции.
69-65	3+	Программа курса в основном освоена. Глубина понимания отдельных тем курса варьируется. Обучающийся владеет терминологией. Имеет представление, каким образом теоретический материал может использоваться в качестве инструмента для решения практических задач. Демонстрирует базовый уровень профессиональной эрудиции.
64-60	3	Программа курса освоена в общих чертах. Понимание большинства тем курса не отличается глубиной. Обучающийся знаком с терминологией. Профессиональная эрудиция отсутствует.
59-55	3-	Программа курса освоена в общих чертах. Понимание основных тем курса является поверхностным. Студент знаком с терминологией. Профессиональная эрудиция отсутствует.
54 и менее	2	Программа курса не освоена.

Оценки за разные виды работы выставляются исходя из следующих критериев:

Вид работы	**Оценка / Процент**	**Описание критериев оценки**

Письменная работа	(90-100%)	В работе продемонстрировано блестящее и всестороннее понимание лекционного материала, а также дополнительно приведены разнообразные примеры, дана их оригинальная интерпретация.
	(82-89%)	В работе продемонстрировано всестороннее понимание лекционного материала, приведен один пример, дана его глубокая интерпретация.
	(75-81%)	В работе продемонстрировано всестороннее понимание лекционного материала, приведен пример, дана его достаточная и очевидная интерпретация.
	(67-74%)	В работе продемонстрировано поверхностное и неполное понимание лекционного материала, приведен кейс или ситуация, дана их в общем и целом приемлемая интерпретация.
	(60-66%)	В работе раскрыто поверхностное и фрагментарное понимание лекционного материала, приведен кейс или ситуация, дана их выборочная интерпретация.
	(менее 60%)	Отсутствует целостное понимание лекционного материала. Анализ кейсов неадекватен теоретической фактуре.
Деловая игра	(90-100%)	Активное участие в игре, всесторонняя обратная связь, активное участие в обсуждении результатов при условии всестороннего использования знаний, полученных на лекционных занятиях, а также в ходе самостоятельной работы
	(82-89%)	Активное участие в игре, всесторонняя обратная связь, активное участие в обсуждении результатов при условии выборочного использования знаний, полученных на лекционных занятиях, а также в ходе самостоятельной работы.
	(75-81%)	Активное участие в игре, всесторонняя обратная связь, активное участие в обсуждении результатов при условии отсутствия применения знаний, полученных на лекционных занятиях.
	(67-74%)	Активное участие в игре при отсутствии вклада в обратную связь и дискуссию, а также - при отсутствии применения знаний, полученных на лекционных занятиях.
	(60-66%)	Пассивное участие в игре и последующих дискуссиях.
	(менее 60%)	Отсутствие понимания смысла и назначения игры, а также необходимых знаний.
Работа на семинаре	(90-100%)	Оригинальная презентация самостоятельной работы, активное и критичное участие в дискуссии.
	(82-89%)	Оригинальная презентация самостоятельной работы при ограниченном участии в дискуссии.
	(75-81%)	Стандартная (достаточная) презентация при ограниченном участии в дискуссии.
	(67-74%)	Стандартная презентация при отсутствии участия в дискуссии.
	(60-66%)	Стандартная презентация с видимыми ошибками.
	(менее 60%)	Отсутствие понимания предмета в презентации и дискуссиях.

5.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Организация связей с общественностью за рубежом» нацелена на получение обучающимися устойчивых знаний в различных сферах деятельности, знаний о роли и месте связей с общественностью за рубежом, основными принципами и направлениями деятельности соответствующих специалистов, сформированность представлений об этических нормах и правилах поведения специалистов по связям с общественностью за рубежом, сформированность навыков анализа явлений социальной действительности с важнейшими тенденциями развития PR и т.д.. Формат дисциплины предполагает активное и заинтересованное участие обучающихся во всех формах освоения дисциплины, включая лекционные и практические занятия, а также самостоятельную работу обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям, обучающимся рекомендуется:

1. Внимательно изучить вопрос/вопросы (задание).
2. Прочитать предложенную Вам литературу и материалы лекции по соответствующей теме.
3. Найти рекомендованные источники.
4. Сформировать свою «базу данных» по выбранному вопросу (заданию).
5. Составить план ответа (доклада, презентации).
6. Весь материал (статистику, информацию на сайтах, литературные источники, как на русском, так и на иностранных языках) обработать и использовать реферативно.
7. Указать авторство использованных материалов.
8. При чтении литературы кратко конспектировать основные положения статьи или главы.
9. Не использовать рефераты и курсовые работы, помещенные в Интернете.
10. Планировать свой ответ (доклад, презентацию) по времени.
11. Не пересказывать материал, а презентовать свои выводы и заключения, доказывая и/или иллюстрируя их конкретными примерами, результатами заключений, произведенных самостоятельно на основе использования российских и международных баз информации.
12. При работе в малых группах (например, при подготовке к участию в деловой игре) в начале работы четко распределить обязанности.
13. В течение семестра систематически заниматься самостоятельным изучением дисциплины.

Основными видами самостоятельной работы по дисциплине «Организация связей с общественностью за рубежом» являются:

- повторение лекционного материала и материала учебников;
- чтение основной и дополнительной литературы;
- самостоятельное изучение разделов курса;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации;
- написание рефератов.

6.Учебная литература и ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Минаева, Л.В. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68859

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/75182

6.2. Дополнительная литература

1. Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью. Курс лекций. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 208 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/53558.

2. Данилина, В.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.В. Данилина, Л.В. Минаева, Л.К. Салиева. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 320 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68858.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Списки литературы, необходимые для самостоятельной работы обучающихся, приложены к темам рефератов, эссе и заданий для самостоятельной работы.

6.4.Нормативные правовые документы

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Конституция Российской Федерации: 12 декабря 1993 г. Офиц. текст с поправками. Историко-правовой комментарий / [авт. историко-правового комментария Б.А. Страшун] – М.: Омега-Л, 2011.

3. Декларация прав и свобод человека и гражданина [Электронный ресурс]: Постановление Верховного Совета РСФСР № 1920-1 от 22 ноября 1991 г. // Консультант Плюс – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=3788

4. Гражданский кодекс Российской Федерации: официальное издание / Российская Федерация. Кодексы. – М.: Омега-Л, 2011.

5. Российская Федерация. Законы. О некоммерческих организациях – М.: Книга сервис, 2005. - 31 с.

6. Об общественных объединениях [Электронный ресурс]: федеральный закон РФ от 14.04.1995 г. № 82-ФЗ (ред. от 01.07.2011 N164-ФЗ) // Консультант Плюс – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=115872

7. О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений [Электронный ресурс]: федеральный закон РФ от 26.05.1995 г. № 98-ФЗ (ред. от 01.07.2011 N169-ФЗ) // Консультант Плюс – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=115978
8. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях [Электронный ресурс]: федеральный закон РФ от 07.07.1995 г. № 135-ФЗ (ред. от 23.12.2010 N383-ФЗ) // Консультант Плюс – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=108360
9. О мерах государственной поддержки деятельности общероссийских общественных объединений инвалидов [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 22.12.1993 № 2254 (в ред. Указа Президента РФ от 06.03.95 N244) // Консультант Плюс – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=10269 11. О средствах массовой информации [Электронный ресурс]: закон РФ от 27.12.1991 г. № 2124-1 (в ред. ФЗ от 28.07.2012 N133-ФЗ) // Консультант Плюс – Режим доступа: «http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=127218 12. Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Компьютерная обучающая программа по дисциплине «Связи с общественностью» Автор: Синяева И.М. Сертификат на программный продукт учебного назначения №0000023 от 10.10.2007г. выдан в ФГНУ «Государственном координационном центре информационных технологий» Интернет-ссылка: http://repository.vzfei.ru/
2. Сайт АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru.
3. Сайт Гильдии маркетологов – http://www.marketologi.ru
4. Сайты крупнейших ТНК и ТНБ.
5. Сайт Российской ассоциации маркетинга (РАМ) - http://www.ram.ru 19
6. Сайт энциклопедии маркетинга - http://www.marketing.spb.ru Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
7. Известные бренды и продвижение брендов - http://www.brandtop.ru
8. Свободная энциклопедия ВикипедиЯ – http://ru.wikipedia.org
9. Электронная библиотека – http://www.aup.ru/books

7.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения лекций и практических занятий необходимы:
1. Аудитория, оборудованная для проведения компьютерных презентаций, включая возможность частичного затемнения аудитории, а также оснащенная доской, мелом или набором цветных маркеров.
2. Мультимедийное оборудование для компьютерной презентации – персональный компьютер, проектор, экран
3. Требования к программному обеспечению при прохождении учебной дисциплины
Комплект офисных программ: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, Microsoft Internet Explorer.