

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Автор: заведующий кафедрой ИГСУ РАНХ и ГС доктор социологических наук, профессор Шарков Феликс Изосимович

Код и наименование направления подготовки, профиля:

41.03.01 Зарубежное регионоведение, «Экономическое и политическое развитие стран Востока»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины Б1.В.ДВ.7.2 Организация связей с общественностью за рубежом – формирование у обучающихся способности применять технологии информационного обеспечения международного PR и инструменты информационной политики для формирования общественного мнения и развития международного сотрудничества.

План курса

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 "публик 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 "публик 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. Профессиональные 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 INTERNET. 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 на 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.

Введение 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 "публичной релейшнз" 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.

Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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.

Промежуточная аттестация проводится в письменной форме: зачет.

Основная литература

1. Минаева, Л.В. Внутрикorporативные 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>