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

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

Протокол от «26» июня 2018 г. № 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 Модуль «Социокультурные коммуникации»
Б1.В.03.03 Теория и практика международного PR

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Соц-я

(краткое наименование дисциплины (модуля))

41.03.01 «Зарубежное регионоведение»

(код, наименование направления подготовки)

Международное гуманитарное сотрудничество (российско-итальянская программа с углубленным изучением иностранных языков)

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор–составитель:

кандидат филологических социологических наук, доцент кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества Чиненная Т.Ю.

Заведующий кафедрой

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества, доктор социологических наук, доцент В.В.Комлева

СОДЕРЖАНИЕ

Y
1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО....5
3. Содержание и структура дисциплины....5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине....7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....16
6.1. Основная литература....16
6.2. Дополнительная литература....16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы....16
6.4. Нормативные правовые документы....16
6.5. Интернет-ресурсы....16
6.6. Иные источники....17
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....17

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

1.1 Дисциплина Б1.В.03.03 Теория и практика международного PR обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-3	Способен планировать и организовывать переговоры, совещания, конференции	ПКр-3.2	Способность разрабатывать информационное сопровождение переговоров, совещаний и конференций в сфере международного взаимодействия

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
готовить документы, вести документооборот в организации на русском и иностранных языках; обеспечивать связи с международными организациями, органами государственной власти, негосударственными организациями; вести переговоры на русском и иностранных языках, осуществлять устный и письменный двусторонний перевод; осуществлять протокольное сопровождение официальных лиц и устный перевод выступлений по вопросам, касающимся внешнеэкономической и внешнеполитической деятельности РФ; организовывать подготовку, проведение и обслуживание мероприятий (совещаний, заседаний, переговоров, конференций и т.п.); осуществлять информационное сопровождение профессиональной деятельности, готовить и размещать материалы в СМИ и сети Интернет на русском и иностранных языках; формировать информационные потоки и информационного взаимодействия организации и внешней среды, участвовать в организации, координации,	ПКр-3.2	на уровне знаний: демонстрирует знание источников информации для подготовки информационных материалов для подготовки информационных материалов конферентных мероприятий (совещаний, заседаний, переговоров, конференций и т.п.)
		на уровне умений: умеет разрабатывать материалы для информационного сопровождения переговоров, совещаний и конференций в сфере международного взаимодействия
		на уровне навыков: принимает участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий международного масштаба с учетом норм и правил международной деловой коммуникации, навыком организации коммуникационной работы международной организации; методиками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры международной организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации на основе знания структуры коммуникативного процесса международной организации.

проведении и контроле международных мероприятий		

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.03.03 Теория и практика международного PR составляет 3 зачётные единицы, 108 часов. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 48 часов: лекционные занятия – 16 часов, практические занятия – 32 часа. Самостоятельная работа составляет 24 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.03.03 Теория и практика международного PR предусмотрена на 3 курсе, в 5 семестре.

Дисциплина Б1.В.03.03 Теория и практика международного PR входит в дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.03.ДВ.04.01 Психология делового общения (3 семестр), Б1.В.03.ДВ.04.02 Межкультурные коммуникации (3 семестр), Б1.В.03.ДВ.04.03 Кросскультурный менеджмент (3 семестр), Б1.В.03.ДВ.04.04 Кросскультурный менеджмент (Crosscultural management) (3 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Основные термины и понятия курса теории и практики международного PR	10	2		4		3	О
Тема 2	История развития системы PR в США, Европе, России	14	2		4		3	О
Тема 3	Коммуникационные основы PR-деятельности	14	2		4		3	О
Тема 4	Система работы PR-структур со СМИ	14	2		4		3	О
Тема 5	Организационные основы связей с общественностью. Система PR	14	2		4		3	О
Тема 6	Международные и отечественные нормы регулирования PR-деятельности	14	2		4		3	О
Тема 7	Связи с общественностью в многонациональной среде	14	2		4		3	О
Тема 8	Коммуникационные кампания по типу взаимоотношений в системе экономического, политического и социального маркетингового комплекса	14	2		4		3	О, Р
Промежуточная аттестация		36						Э

Всего:	108	16		32		24	

Примечание:
*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).*
**** - формы промежуточной аттестации: экзамен (Э)*

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные термины и понятия курса теории и практики международного PR
Определения понятия PR в научной литературе и нормативных документах различных стран и международных организаций. Подходы к пониманию PR. Цели, задачи, принципы, направления PR-деятельности. Функции специалиста по СО. Классификация услуг. Международные стандарты качества PR-деятельности. Субъекты и объекты PRдеятельности. Сущность, содержание и стратегия СО. Понятие общественного мнения. Понятие аудитории и целевой аудитории в PR-деятельности. Социально-психологические характеристики связей с общественностью.

Тема 2. История развития системы PR в США, Европе, России
История основных этапов развития теории и практики связей с общественностью. Социальные, экономические и политические предпосылки возникновения PR как области деятельности. Античность и средневековье. Становление PR как профессиональной отрасли деятельности в США в конце XIX – нач. XX в. Появление первых PR-агентов и PR-агентств. Появление терминологии PR, развитие PR как науки в начале XX в. (Э. Бернейз, А. Ли и др.). Развитие направлений PR-деятельности: в политике, в коммерческой сфере. Развитие области СО в Европе (Германия, Франция). Становление PR как сообщества профессионалов: развитие международных и национальных профессиональных объединений PR-специалистов (МАПР, РАСО и др.) *; профессиональные издания. Российский опыт по СО.

Тема 3. Коммуникационные основы PR-деятельности
Связь СО с теорией коммуникации. Коммуникационный процесс с точки зрения связей с общественностью. Вербальные и невербальные коммуникации в СО.
Массовая коммуникация как поле деятельности специалиста по СО. Взаимодействие со СМИ. PR как массовая коммуникация. Барьеры в PR-коммуникации и способы их преодоления. Модели коммуникации, используемые в PR. Теории коммуникации, используемые в PR: теория информационного общества (М. Макклюен, О. Тоффлер и др.), теория толпы (С. Московиси), теория гегемонии массовой коммуникации, теория эгалитарной массовой коммуникации, колесо Бернштейна.
Имиджмейкинг в СО. Понятие имиджа: имидж организации, личностный имидж. Классификация имиджа. Модели формирования имиджа. Понятие имиджа и фирменного стиля*.

Тема 4. Система работы PR-структур со СМИ
Медиарилейшнз как базовое направление PR-деятельности. Принципы работы пресс-службы со СМИ. Закон «О СМИ». СМИ как основной канал выхода на различные аудитории. Преимущества и недостатки различных видов СМИ с точки зрения СО (телевидения, радио, печати). Стратегия и тактика использования СМИ в СО. Правила работы со СМИ. Правила предоставления информации для СМИ. Условия отказа в предоставлении информации. Аккредитация журналистов. Виды материалов для СМИ (пресс-релиз, бекграундер, лист вопрос-ответ, факт-лист, обзорная статья, кейс-история, биография, приглашение и др.). Пресс-мероприятия: брифинг, пресс-конференция, презентация, пресс-тур и др. База СМИ и паспорт СМИ. Условия сотрудничества с журналистом и редакцией. Правила предоставления интервью. Использование

аудиовизуальных средств в СО (видеоньюз-релиз, репортаж, корпоративный фильм). Мониторинг СМИ*.

Тема 5. Организационные основы связей с общественностью. Система PR
PR как вид управленческой деятельности. Менеджмент в СО. Основные организационные структуры СО: PR-агентство, внешнее консультирование, собственный PR-отдел. Основные направления профессиональной деятельности СО: медиарилейшнз, спичрайтинг, консалтинг, брендинг, антикризисный PR, event-менеджмент, благотворительность и др. Стратегия и тактика в СО. Структура типового агентства по СО. Структура пресс-службы и собственного отдела по СО. Организация PRдеятельности: формула RACE. Планирование в СО. Оценка эффективности PRдеятельности. Аналитика в СО. Проведение различных PR-мероприятий, типы мероприятий в СО. PR-кампании. Виды документов в PR-деятельности. Бюджетирование в связях с общественностью*.

Тема 6. Международные и отечественные нормы регулирования PR-деятельности
Международное саморегулирование системы PR. Международные организации и объединения, регулирующие сферу СО. Российские организации и объединения, регулирующие сферу СО. Профессиональная этика. Международные и российские кодексы по СО*. Хронология их издания. Содержание основных европейских и отечественных этических кодексов по ПР (Афинский кодекс, Лиссабонский кодекс, кодекс МАПР, кодекс ИПРА, Декларация РАСО и др.). Содержание этических норм, регулирующих область взаимоотношений со СМИ; с клиентами; с коллегами. Правовое регулирование системы PR. Международные нормы; европейские законодательные нормы; отечественное законодательство в сфере информации. Закон «О СМИ», «О рекламе», «Об авторском праве», «О государственной тайне», «О защите прав потребителей». Конституция РФ и нормы, регулирующие сферу информации в ней (ст. 29). Пробелы российского законодательства в отношении СО.

Тема 7. Связи с общественностью в многонациональной среде
Крупнейшие международные и национальные агентства по СО. Принципы многонациональных деловых коммуникаций. СО в условиях глобализации. Факторы активизации межнациональных деловых отношений. Уровни деловой культуры. Культурные различия: критерии, содержание и значение для СО. Проблема выработки международных стандартов в области PR-деятельности. СО в сети Интернет*.

Тема 8. Коммуникационные кампания по типу взаимоотношений в системе экономического, политического и социального маркетингового комплекса
Кампания по типу взаимоотношений в системе экономического, политического и социального маркетингового комплекса (B2B, B2C, B2G; G2G, G2B, G2C; C2G, C2B, C2C).

Кампании по предметно-субъектному подходу (по продвижению территорий, организаций, продуктов). Кампании по функционально-целевому подходу (по информированию, образованию, вовлечению, нейтрализации; доктриальные кампании).

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.03.03 Теория и практика международного PR используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Основные термины и понятия курса теории и практики международного PR	опрос
Тема 2	История развития системы PR в США, Европе, России	опрос
Тема 3	Коммуникационные основы PR-деятельности	опрос
Тема 4	Система работы PR-структур со СМИ	опрос
Тема 5	Организационные основы связей с общественностью. Система PR	опрос
Тема 6	Международные и отечественные нормы регулирования PR-деятельности	опрос
Тема 7	Связи с общественностью в многонациональной среде	опрос
Тема 8	Коммуникационные кампания по типу взаимоотношений в системе экономического, политического и социального маркетингового комплекса	опрос, защита реферата

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и заданиям.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.
Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:
- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам (дискуссиям),
- участие в обсуждении докладов,
- защита реферата.

Критерии оценивания доклада (в ходе опроса, дискуссии, защиты реферата):
- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Критерии оценивания реферата:
- уровень теоретических знаний,
- способность ориентироваться в представленном материале и выделять главное,
- способность делать выводы и аргументированно отстаивать собственную точку зрения с опорой на практическую деятельность, статистические данные и пр.,
- грамотность, культура речи,
- соответствие технических требованиям,
- сдача реферата в установленный срок.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) – вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.
Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (дискуссиям) (темы докладов):

Тема 1. Основные термины и понятия курса теории и практики международного PR

1. Понятия PR в Росси и в европейских странах.
2. Определить функции специалиста по связям с общественностью в международных организациях.

3. Стратегия СО в управлении кризисными ситуациями.

Тема 2. История развития системы PR в США, Европе, России

1. Экономические и социальные предпосылки возникновения PR как самостоятельной структуры.
2. Становление PR как профессиональной отрасли в США в конце 19- начале 20 века.
3. История создания первых PRагентств.
4. Развитие области СО в городах Германии и Франции.
5. PR-сообщество профессионалов.
6. Пути создания и развития международных и национальных профессиональных объединений PR-специалистов.

Тема 3. Коммуникационные основы PR-деятельности

1. Коммуникации и современный мир.
2. Роль и место коммуникаций в деятельности специалиста по СО.
3. Способы преодоления барьеров в PR-коммуникации на конкретных при мерах из практики.
4. Особенности термин: сравнительные характеристики с репутацией и образом объекта.
5. Социальная необходимость формирования имиджа.
6. Коммуникативное наполнение имиджа.
7. Особенности формирования имиджа бизнес-компании.
8. Факторы эффективной кампании: лидерство, популярность, социальная ответственность, благотворительность.

Тема 4. Система работы PR-структур со СМИ

1. Планирование и постановка работы пресс-службы.
2. Статус пресс-секретаря.
3. Анализ зоны возможностей и зоны риска.
4. Анализ целевых аудиторий и СМИ, разработка ключевых посланий.
5. Пресс-центр.
6. Профессиональная специализация работников пресс-служб.
7. Образование, профессиональное развитие и построение карьеры в сфере медиарилейшнз.

Тема 5. Организационные основы связей с общественностью. Система PR

1. Проведение различных международных
2. PR-мероприятий на территории России.
3. Российские организации и объединения, регулирующие сферу СО.
4. Бюджет мероприятий.
5. Структура пресс-службы.
6. Пресс-секретарь.
7. Профессиональная специализация работников пресс-служб (аналитик, составитель речей, литературный работник, психолог и модератор, оператор и фотограф, дизайнер)

Тема 6. Международные и отечественные нормы регулирования PR-деятельности

1. Международные и отечественные кодексы по СО.
2. Этические и юридические аспекты взаимодействия со СМИ.
3. Этика взаимодействия с журналистами, основные ошибки (отзыв комментариев и интервью, распространение информации, полученной от журналиста в ходе подготовки им материала, «двойной» эксклюзив.

4. Этические кодексы.
5. Юридические аспекты взаимодействия со СМИ государственных, общественных и коммерческих организаций.
6. Пробелы российского законодательства в отношении СО.

Тема 7. Связи с общественностью в многонациональной среде

1. Современные модели общенациональных PR-кампаний.
2. Национальная идентичность.
3. Роль рекламы и PR в формировании национальной идентичности.
4. Прагматический и психологический подход к анализу поведения многонациональной аудитории.
5. Культурные и языковые различия.

Тема 8. Коммуникационные кампания по типу взаимоотношений в системе экономического, политического и социального маркетингового комплекса

1. Использование инструментов digital-маркетинга, при меняемые мировыми лидерами рынка.
2. Прорывные точки роста бизнеса и увеличение выручки и прибыли компании.
3. Экспертизы B2B-центров.
4. Ключевые клиенты.
5. Сопровождение ключевых клиентов.

Типовые темы рефератов

1. Разработайте типовой план работы международной коммерческой пресс-службы на год.
2. Составьте план действий сотрудников пресс-службы при возникновении кризисных ситуаций (чрезвычайных происшествий в организации).
3. Придумайте различные информационные поводы для международной коммерческой организации.
4. Проанализировать и дать характеристику структуре службы по СО международного коммерческого предприятия на конкретном примере на выбор обучающегося. Выявить преимущества и недостатки работы PR-отдела выбранного предприятия.
5. Проанализировать и дать характеристику структуре службы по СО государственного учреждения на конкретном примере на выбор обучающегося. Выявить преимущества и недостатки работы PR-отдела выбранного учреждения.
6. Проанализировать и дать характеристику структуре службы по СО политической партии (в России и Европе) на конкретном примере на выбор обучающегося. Выявить преимущества и недостатки работы PR-отдела выбранной политической партии.

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
ПКр-3	Способен планировать и организовывать переговоры, совещания, конференции	ПКр-3.2	Способность разрабатывать информационное сопровождение переговоров, совещаний и конференций в сфере международного

			взаимодействия

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКр-3.2 Способность разрабатывать информационное сопровождение переговоров, совещаний и конференций в сфере международного взаимодействия	Знает источники и умеет отбирать информацию для подготовки информационных материалов конферентных мероприятий (совещаний, заседаний, переговоров, конференций и т.п.) Умеет разрабатывать материалы для информационного сопровождения переговоров, совещаний и конференций в сфере международного взаимодействия	Продемонстрировано знание источников информации для подготовки информационных материалов для подготовки информационных материалов конферентных мероприятий (совещаний, заседаний, переговоров, конференций и т.п.) Продемонстрировано умение отбирать информацию для подготовки информационных материалов для подготовки информационных материалов конферентных мероприятий (совещаний, заседаний, переговоров, конференций и т.п.) Владение умением обеспечивать информационное сопровождение переговоров, совещаний и конференций в сфере международного взаимодействия

4.3.2. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы к экзамену

1. Причины и время возникновения науки, профессии и отрасли бизнес «паблик рилейшнз».
2. Сущность, содержание и принципы паблик рилейшнз.
3. Предмет, цели и основные задачи паблик рилейшнз.
4 Основные виды паблик рилейшнз.
4. Формы и способы PR-деятельности.
5. Модели паблик рилейшнз.
6. Структура научного знания о связях с общественностью.
7. Исторические предпосылки формирования PR.
8. Основные этапы развития связей с общественностью в период античности и средневековья.
9. Коммуникационные особенности становления PR в США.
10. Становление PR как области профессиональной деятельности в США в начале XX века.
11. Тенденции развития PR в начале XXI века.
12. Специфические условия формирования деятельности по связям с общественностью в России.
13. Сущность понятия «общественное мнение».

14. Степень централизации связей с общественностью в структуре организации.
15. Основные организационные структуры: типовое агентство, служба по связям с общественностью, внешнее консультирование.
16. Виды документов в связях с общественностью.
17. Основные виды средств массовой информации, их достоинства и недостатки.
18. Этапы планирования PR-деятельности.
19. Основные элементы планирования и реализации связей с общественностью.
20. Природа аудитории в сфере связей с общественностью.
21. Структура программы связей с общественность и технология ее разработки.
22. Концепция политики связей с общественностью и ее стратегия.
23. Разработка плана PR-кампании.
24. Предвыборная кампания: содержание, этапы.
25. Связи с общественностью в НКО.
26. Организационная структура PR-службы.
27. Место отделов по связям с общественностью в организационной структуре корпораций, государственных и общественных институтов.
28. Специфические профессиональные качества PR-менеджера.
29. Правила и принципы построения отношений со СМИ.
30. Основные каналы коммуникации, их преимущества и недостатки. 32. Оценка эффективности воздействия различных каналов коммуникации.
31. Методика предоставления интервью представителю СМИ.
32. Связь СО с теорией коммуникации. Коммуникационный процесс с точки зрения связей с общественностью.
33. Вербальные и невербальные коммуникации в СО. Массовая коммуникация как поле деятельности специалиста по СО.
34. Взаимодействие со СМИ. PR как массовая коммуникация.
35. Барьеры в PR-коммуникации и способы их преодоления.
36. Модели коммуникации, используемые в PR.
37. Теории коммуникации, используемые в PR: теория информационного общества.
38. Имиджмейкинг в СО. Понятие имиджа: имидж организации, личностный имидж. Классификация имиджа.
39. Виды материалов для СМИ.
40. Пресс-мероприятия: брифинг, пресс-конференция, презентация, пресс-тур и др.
41. Использование аудиовизуальных средств в СО (видеоньюз-релиз, репортаж, корпоративный фильм). Мониторинг СМИ.
42. Основные организационные структуры СО: PR-агентство, внешнее консультирование, собственный PR-отдел.
43. Основные направления профессиональной деятельности СО.
44. Стратегия и тактика в СО. Структура типового агентства по СО.
45. Структура пресс-службы и собственного отдела по СО.
46. Организация PR-деятельности: формула RACE.
47. Планирование в СО.
48. Оценка эффективности PR-деятельности.
49. Аналитика в СО.
50. Проведение различных PR-мероприятий, типы мероприятий в СО.
51. Международные PR-кампании.
52. Виды документов в PR-деятельности.
53. Международное саморегулирование системы PR.
54. Профессиональная этика. Международные и российские кодексы по СО.
55. Правовое регулирование системы PR.

56. Принципы многонациональных деловых коммуникаций.
57. Факторы активизации межнациональных деловых отношений. Уровни деловой культуры.
58. Культурные различия: критерии, содержание и значение для СО.
59. Деятельность агентств, служб, отелов СО в государственных и силовых структурах.
60. Опыт работы СО в коммерческих фирмах.
61. СО в общественных организациях.
62. Политический PR. Политические PR-кампании (в США и Европе)

Примерные задания к экзамену

1. Составить выписку из этических кодексов. Выписка должна содержать отрывки о профессиональных компетенциях и качествах, которыми должен обладать PR-специалист, со ссылками на проанализированные документы.
2. Проанализировать стандарты качества PR-деятельности «IQPR» и на этой основе составить таблицу: личностные качества PR-специалиста, деловые и профессиональные качества PR-специалиста. Ранжировать их по степени значимости на усмотрение обучающегося. Объем не менее 2 листов А4.

Шкала оценивания.
Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.
При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает

	погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:
- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамен проводится в форме ответа на вопросы и выполнения практических заданий, представленных в Разделе 4.3.2. Готовиться к экзамену необходимо последовательно, на протяжении всего периода изучения дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить содержание вопросов к экзамену, отраженное в рекомендованных учебниках и других источниках (Интернет-ресурсы, научно-методические журналы и пр.). Структурировать теоретический материал, составить план его представления.

Ответ вопрос и решение практического задания важно излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче экзамена объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «неудовлетворительно» проставляется в ведомости.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный

рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.
Тестирование обеспечивает контроль за знаниями обучающихся, способствует развитию умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы. Основными критериями оценки являются самостоятельность, правильность и скорость ответа на вопрос.
Методические указания по самостоятельной подготовке к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:
Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).
Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):
1. Различие связей с общественностью с журналистикой, рекламой, маркетингом
2. Международные и российские ассоциации по СО.
3. Особенности развития PR

Методические указания по подготовке докладов:
Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.
Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.
Предлагается следующая структура доклада:
1. Введение:
– указывается тема и цель доклада;
– обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.
2. Основное содержание доклада:
– последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические рекомендации по написанию реферата:
Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.
Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.
Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.
Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.
Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы

справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

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

6.1. Основная литература

1. Девлетов О.У. Международный маркетинг : учебное пособие / О.У. Девлетов. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 377 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 370-374. - ISBN 978-5-4475-6090-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412
2. Маслова В.М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. – М. : Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502

6.2. Дополнительная литература

1. Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. – М. : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-23801742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719
2. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В. С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные. — М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года.(Утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. N 2227-р).

6.5. Интернет-ресурсы

1. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа:

http://www.edulib.ru/
2. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm
3. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: http://www.inion.ru/product/db.htm
4. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: http://ecsocman.edu.ru/
5. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: http://www.edu.ru/
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx

6.6. Иные источники

1. Разин, А. В. Этика : учебник : рекомендовано Отд-нием по философии, политологии и религиоведению УМО.... - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 416 с.
2. Сторчак, В. М. Социология религии : учебное пособие / Академия труда и социальных отношений, Кафедра социологии и управления социальными процессами. - М., 2012. - 348 с.
3. Тишков, В. А. Российский народ. История и смысл национального самосознания / РАН, Ин-т этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая. - М. : Наука, 2013. - 649 с.
4. Кузнецов, В. Н. Гуманитарные взаимодействия : социологическое исследование становления геокультурной теории безопасности : в 3 т. / Кузнецов, Вячеслав Николаевич ; МГУ им. М.В. Ломоносова, Социологич. фак., Каф. социологии безопасности, Журн. "Безопасность Евразии". - М. : Книга и бизнес, 2008.
5. Т. 1 : Россия и Евразия: социология геокультурной динамики евразийской безопасности XXI века. - 2008. – 543 с.
6. Т. 2 : Социология справедливости : смысл мечты России - реальное достоинство каждого человека и укрощение несправедливости здесь и сейчас. - 2008. – 439 с.
7. Т. 3 : Основания глобальной безопасности. Социологический гуманитарный аспект. - 2009. – 519 с.

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: http://lib.ranepa.ru/; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: http://grebennikon.ru/; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: http:// e.lanbook.com; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: http://www.biblio-online.ru/.