

*Институт иностранных языков*

**АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Образовательная программа  
45.04.02 «Лингвистика»,  
профиль «Теория коммуникации и Международные связи с общественностью  
(PR)»**

<b>Наименование дисциплины</b>	<b>Международные связи с общественностью</b>
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Международные связи с общественностью (МСО) как предмет изучения. Феноменология МСО.	Международные связи с общественностью (МСО) как предмет изучения. Феноменология МСО. Международный PR как предмет изучения Коммуникации в международной сфере. Определение МСО: различные подходы. Результаты МСО: общественное мнение, имидж, репутация, бренд
История институализации МСО	История институализации МСО
Национальные ассоциации по связям с общественностью	<b>Национальные ассоциации по связям с общественностью</b> Краткая история международных и европейских национальных организаций PR. Эволюция системы международных PR на рубеже XX-XXI вв. Роль экологических и др. организаций и ресурсы влияния на международное общественное мнение.
Субъекты и объекты МСО	Субъекты и объекты МСО Особенности структурирования международной PR-деятельности. Международные организации, государственные органы, посольства и представительства в международных организациях, информационные структуры, культурно-образовательные организации, торгово-промышленные палаты. Международные организации PR и их роль в становлении МСО.
Основные инструменты информационных и	Основные инструменты информационных и

событийных МСО	событийных МСО Информационное обеспечение компании на рынке МСО. Ивент-коммуникации как технологии международных PR. Модели использования международных мероприятий и событий для формирования репутации и странового имиджа. Сторителлинг-технологии в международных публичных релейшнз.
Деятельность компании на рынке МСО	Деятельность компании на рынке МСО
Территориальный брендинг в системе МСО	Территориальный брендинг в системе МСО Бренд, имидж, гудвил и репутация территории как нематериальный актив и ресурс для привлечения инвестиций. Страновой и региональный бренды. Бренд-платформа и генетический код территории.
Концепции «устойчивого развития» и «справедливой торговли» в системе международной PR-деятельности	Концепции «устойчивого развития» и «справедливой торговли» в системе международной PR-деятельности Роль международных организаций в продвижении концепции «устойчивого развития». От формулы «прогресс-эффективность» к формуле «предупреждение-этика» в структурировании дебатов в международном общественном мнении. Значение поддержки «устойчивого развития» в формировании репутации.

**Разработчиком является доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ А.Д. Кривоносов**

**Директор ИИЯ**



**Н.Л. Соколова**