

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
(Шаблон РПД и требования к её формированию)

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

PR и международные отношения

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Реклама и связи с общественностью / бакалавриат

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «PR и международные отношения» является фундаментальная теоретическая и методическая подготовка специалистов для решения задач практических и исследовательских задач в сферах связей с общественностью и межкультурной коммуникации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «PR и международные отношения» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем;
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2. Использует основные 18 инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «PR и международные отношения» относится к обязательной части блока Б1.О.01 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «PR и международные отношения».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	-	Компьютерные технологии и информатика Математика и статистика Концепции современного естествознания
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	-	Основы маркетинга Философия
ПК-1	-	-	История рекламы и связей с общественностью

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «PR и международные отношения» составляет 3 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		3	4	5	6.3
Контактная работа, ак.ч.	36				36
в том числе:					
Лекции (ЛК)	18				18
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18				18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56				56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	16				16
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108			108
	зач.ед.	3			3

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	34				34
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17				17
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17				17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29				29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9				9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72			72
	зач.ед.	2			2

* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.				
	зач.ед.				

* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел I. Сущность международных и региональных связей с общественностью. Основные понятия	• Тема 1.1. Понятия международные отношения, международные связи с общественностью.	ЛК, СЗ
	• Тема 1.2. Генезис международного PR. Влияние национальной культуры, верований, убеждений на МСО.	ЛК, СЗ
	• Тема 1.3. Факторы экономического развития и места в международной экономике. Роль страны в глобальном информационном обмене.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Применение интегрированных коммуникаций на	• Тема 2.1. Коммуникационные барьеры	ЛК, СЗ
	• Тема 2.2. Организация международных рекламных кампаний	ЛК, СЗ
	• Тема 2.3. Инструменты связей с	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
международном и региональном уровне	общественностью	
	• Тема 2.4. Стимулирование сбыта продукции	ЛК, СЗ
	• Тема 2.5. Личные продажи и прямой международный маркетинг	ЛК, СЗ
	• Тема 2.6. Международные ярмарки и выставки	ЛК, СЗ
Раздел 3 Использование связей с общественностью в региональных и международных PR-кампаниях	• Тема 3.1. Особенности использования технологий связей с общественностью в культуре	ЛК, СЗ
	• Тема 3.2. Образовательные технологии	ЛК, СЗ
	• Тема 3.3. Новые тенденции использования и распределения инструментария PR	ЛК, СЗ
	• Тема 3.4. Метод экспортного PR и его достижения	ЛК, СЗ
	• Тема 3.5. Маркетинговые исследования в международном PR	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная 730 ауд.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской маркерной; техническими средствами: Комплект специализированной мебели, технические средства: аудиосистема, моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется
Лаборатория	Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.	Не требуется

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Семинарская	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской маркерной; техническими средствами: Комплект специализированной мебели, технические средства: аудиосистема, моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Не требуется
Для самостоятельной работы обучающихся Ауд. 520	Компьютерный класс для проведения практико-лабораторных занятий с применением программно-аппаратных средств и устройств для проведения тестового контроля, а также для самостоятельной работы обучающихся, оснащенная комплектом специализированной мебели; техническими средствами: комплект мебели, моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams, Skype)	Не требуется

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается

ОБЯЗАТЕЛЬНО!

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Информационное общество и международные отношения: Учебник / Болгов Р.В., Васильева Н.А., Виноградова С.М. - СПб:СПбГУ, 2014. - 384 с.: ISBN 978-5-288-05510-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/941412> (дата обращения: 21.05.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Международные и региональные PR-кампании в сфере бизнеса, политики и культуры : учебно-методическое пособие / Воскресенская Н. Г., Карпенко Е. В., Кузнецова Н. А., Орлинская О. М. Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019. 41 с.
3. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/368021> (дата обращения: 21.05.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / М. Э. Сейфуллаева. - Москва : Юнити, 2004. - 319 с. : табл.; 21 см.; ISBN 5-238-00800-7
5. Табекина, О.А., Федотова О.В. Международный маркетинг в системе корпоративного менеджмента : теория и практика / О. А. Табекина, О. В. Федотова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексеева». - 2-е изд., перераб. и доп. - Нижний Новгород : Нижегородский гос. техн. ун-т им. Р. Е. Алексеева, 2017. - 114 с. : ил., табл.; 20 см.; ISBN 978-5-502-00867-9
6. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675> (дата обращения: 21.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Воскресенская Н.Г. Психологические закономерности конструирования рекламных текстов: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017 – 87 с.
2. Кузнецова Н. А. Имиджевые технологии политической коммуникации : монография / Н.А. Кузнецова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова». - Нижний Новгород : Нижегородский государственный лингвистический университет, 2012. - 157 с. - ISBN 978-5-85839-252-1
3. Медиарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой / Александр Назайкин. - М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 412 с. - (Серия "Бизнес на 100%"). - ISBN 978-5-9614-0960-4. - Доступ из ЭБС «Консультант студента». Режим доступа: - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961409604.html>
4. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий: Учебное пособие / Гойхман О.Я. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 136 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-004998-4. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/472092> (дата обращения: 21.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 286 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/19927. - ISBN 978-5-16-012074-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/552644> (дата обращения: 21.05.2022). – Режим доступа: по подписке.
6. Вирен, Г. Современные медиа : Приемы информационных войн : учебное пособие для студентов вузов / Вирен Г. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708240.html> (дата обращения: 21.05.2022). - Режим доступа : по подписке.
7. Энциклопедия мировой индустрии СМИ [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2013. - Доступ из ЭБС «Консультант студента». – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706833.html>

Интернет-ресурсы:

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

3. Специализированные информационные ресурсы

1. Портал журнала «Советник» [электронный ресурс] // www.sovetnik.ru
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru,
3. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Обществом
4. (РАСО) [электронный ресурс] // www.raso.ru,
5. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru.
6. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
7. Международный исследовательский холдинг Ipsos Comcon <http://ipsos-comcon.ru/>
8. Маркетинговая исследовательская компания Ромир <http://romir.ru/> -
9. Центр социального прогнозирования и маркетинга <http://www.socioprognos.ru/> -
10. Организация Объединенных Наций <http://www.un.org/ru/> -

11. Международная торговая палата <http://www.iccwbo.ru/> -
12. Единый портал внешнеэкономической информации <http://www.ved.gov.ru/> -
13. Агентство экономической информации ПРАЙМ <http://1prime.ru/> -
14. Торгово-промышленная палата РФ <http://tpprf.ru/>
15. Консульский информационный портал МИД РФ <http://www.kdmid.ru/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «PR и международные отношения» - в формате .pdf
- * - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «PR и международные отношения» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Педагог ДПО Дирекции ДПО филфака	Подпись	Спиридонов В.В.
-------------------------------------	---------	-----------------

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Кафедра массовых коммуникаций		Барабаш В.В.
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Кафедра массовых коммуникаций		Барабаш В.В.
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.