

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Исторический факультет
Кафедра международных отношений и внешней политики



УТВЕРЖДАЮ
проректор

Машаров

П.А. Машаров

«29» марта 2024 г.

МП

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ»**

Укрупненная группа направлений
подготовки
Программа высшего образования
Направление подготовки

41.00.00 Политические науки и
регионоведение
Программа бакалавриата
41.03.05 Международные отношения

Профиль подготовки

Международные отношения

Квалификация
Форма обучения

Бакалавр
Очная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Паблик рилейшнз» для обучающихся по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения (Профиль: Международные отношения), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 июня 2017 г. № 555 (с изм. и доп.); Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

доцент кафедры международных отношений и
внешней политики,
канд. полит. наук, доцент

М.М. Кухтин

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры международных отношений и
внешней политики.

Протокол от 26.03.2024 г. № 10

Заведующий кафедрой

А.И. Минаев

СОГЛАСОВАНО:

Декан исторического факультета

А.И. Минаев

28.03.2024 г.

Учебно-методическая комиссия исторического факультета

Протокол от 27.03.2024 г. № 7

Председатель

Е.В. Кузнецова

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,

д-р ист. наук, проф.

26.03.2024 г.

А.И. Минаев

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Введение в специальность, Всемирная история;

дисциплины программы бакалавриата: Теории наций и межнациональные отношения, Теория и история дипломатии.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

дисциплины программы бакалавриата: Современные международные отношения, Геополитика, Мировая политика, Производственная практика: научно-исследовательская работа по теме выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1.Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	41.03.05 Международные отношения (Профиль: Международные отношения)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ДВ.2.2 Паблик рилейшнз
Часть образовательной программы	Вариативная часть, дисциплины по выбору
Количество зачетных единиц / всего часов	2,5 / 90

2.2.Распределение часов по периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	4	34	–	17	39	90	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение теории и практики связей с общественностью, анализ организации и функционирования пространства социальных коммуникаций; формирование знаний о самом явлении паблик рилейшнз, о его научном содержании и практической актуализации; изучение истории паблик рилейшнз и особенностей его развития в разных странах; раскрытие специфики связей с общественностью в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления; освоение новых форм PR-деятельности, отвечающих потребностям нового типа общества – информационно-цифрового.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

4.1. Компетенции

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

ПК-1. Способен к пониманию логики глобальных процессов и развития всемирной политической системы международных отношений в их исторической, экономической и правовой обусловленности.

4.2. Индикаторы компетенций

УК-6.2. Демонстрирует понимание важности планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда

ПК-1.4. Владеет основами и базовыми навыками прикладного анализа международных ситуаций.

4.3. Результаты обучения

УК-6.2.1. Умеет анализировать проблематику связей с общественностью в контексте ключевых международно-политических парадигм.

ПК-1.4.1. Знает специфику агитации и пропаганды в международных отношениях.

ПК-1.4.2. Умеет квалифицированно оценивать публичную дипломатию государств мира.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
1. Генезис дисциплины «Паблик рилейшнз».	1. Исторические предпосылки PR. 2. Эволюция понятия паблик рилейшнз. 3. Элементы системы паблик рилейшнз.
2. Исторические модели связей с общественностью.	1. Четыре исторические модели пиара по Дж. Грунигу. 2. Исторические формы коммуникации по Г. Почепцову. 3. Функции паблик рилейшнз.
3. Цели и задачи современных паблик рилейшнз.	1. Генеральная цель пиара и ее компоненты. 2. Технологии достижения целей пиара. 3. Основные принципы паблик рилейшнз.
4. Основы коммуникации в паблик рилейшнз.	1. Понятие и виды коммуникации. 2. SMR как основа коммуникативных паблик рилейшнз. 3. Основные технологии коммуникативного воздействия в пиаре.
5. Виды паблик рилейшнз, цветной пиар.	1. Виды и специфика паблик рилейшнз по сферам применения. 2. Внутренний и внешний пиар. 3. Цветной пиар и его особенности.
6. Планирование пиар-деятельности.	1. Необходимость и причины пиар-планирования. 2. Система планирования RACE. 3. Шестиэтапная модель пиар-планирования Джефкинса и Ядина. 4. Инструментарий изучения ситуации. 5. Необходимость пиар-трансформации. 6. Первичные и вторичные источники анализа ситуации.

7. Значение имиджа в паблик рилейшнз и его виды.	1. Понятие имиджа и его природа. 2. Стереотипы как основа формирования имиджа по У. Липпману. 3. Виды и технологии формирования имиджа.
8. Имиджмейкинг в паблик рилейшнз.	1. Характерные черты имиджа организации П. Стоукса. 2. Специфика имиджа по Дж. Салливену и К. Шенфилду. 3. Обобщенные характеристики имиджа по Д. Бурстину.
9. Средства и технологии формирования имиджа.	1. Технологии построения имиджа корпорации и лидера. 2. Имидж лидера в избирательной кампании. 3. Информационные каналы внедрения имиджа. Бренд и брендинг.
10. Реклама и ее роль в системе паблик рилейшнз.	1. Понятие и цели рекламы. 2. Функции и задачи рекламы. 3. Виды и носители рекламы.
11. Медиа-планирование в паблик рилейшнз.	1. Законодательное регулирование в сфере рекламы. 2. Медиаплан и его составляющие. 3. Инструментарий ATL и BTL в рекламе. 4. Параметры эффективности рекламы (CPT, CPR).
12. Паблик рилейшнз в сфере государственной политики и местного самоуправления.	1. Цели и структура пиар-отделов в системе управления. 2. Особенности технологий пиар-деятельности в государственном управлении. 3. Специфика формирования и продвижения имиджа государства.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Генезис дисциплины «Паблик рилейшнз».	2	–	2	3	7
2. Исторические модели связей с общественностью.	3	–	2	3	8
3. Цели и задачи современных паблик рилейшнз.	3	–	1	3	7
4. Основы коммуникации в паблик рилейшнз.	3	–	1	4	8
5. Виды паблик рилейшнз, цветной пиар.	3	–	1	3	7
6. Планирование пиар-деятельности.	3	–	1	4	8
7. Значение имиджа в паблик рилейшнз и его виды.	3	–	1	3	7
8. Имиджмейкинг в паблик рилейшнз.	3	–	2	3	8
9. Средства и технологии формирования имиджа.	3	–	1	3	7
10. Реклама и ее роль в системе паблик рилейшнз.	3		2	3	8

11. Медиа-планирование в паблик рилейшнз.	3		1	3	7
12. Паблик рилейшнз в сфере государственной политики и местного самоуправления.	2	–	2	4	8
ИТОГО ЗА КУРС	34	–	17	39	90

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Исторические предпосылки PR.
2. «Связи с общественностью» как научная дисциплина.
3. «Связи с общественностью» как система практических приемов.
4. PR в органах государственной власти: цели и задачи.
5. PR в органах местного самоуправления: цели и задачи.
6. PR в органах государственной власти: функции и инструменты.
7. PR в органах местного самоуправления: функции и инструменты.
8. Коммерческий PR: сущность и специфика.
9. GR как наука и искусство: западный опыт.
10. История и современное состояние GR в России.
11. Деятельность PR-отдела в компании.
12. Задачи PR-менеджера компании.
13. Преимущества и недостатки внутреннего отдела PR.
14. Преимущества и недостатки использования внешних услуг PR-агентства.
15. Обязанности PR-департамента компании.
16. Подразделение по связям с общественностью в органах государственной власти.
17. Подразделение по связям с общественностью в органах местного самоуправления.
18. Современное PR-агентство: спектр услуг и профессиональный стандарт.
19. Составляющие PR-кампании: общее и особенное.
20. Этапы и планирование PR-кампании.
21. Исторические модели пиара по Дж. Грунигу.
22. Формы коммуникации по Г. Почепцову.
23. SMR как основа связей с общественностью.
24. Основные технологии коммуникативного воздействия в пиаре.
25. Система медиа-планирования RACE.
26. Стратегия пиар-планирования по Джефкинсу и Ядину.
27. Инструментарий изучения ситуации в теории социальных коммуникаций.
28. Понятие пиар-трансформации: альтернативные подходы.
29. Первичные и вторичные источники анализа ситуации.
30. Теория медиа У. Липпмана.
31. Философия медиа Г. М. Маклюэна.
32. Теория социальных коммуникаций Н. Лумана.
33. Имидж и образ государства.
34. Имидж коммерческой организации.
35. Имиджмейкинг по П. Стоуксу.
36. Специфика имиджа по Дж. Салливену и К. Шенфилду.
37. Основные характеристики имиджа по Д. Бурстину.
38. PR в избирательной кампании: основные методы и приемы.
39. PR и маркетинг: история и современность.
40. Брендинг и ребрендинг продукта.

41. Понятие и цели рекламы.
42. Функции и задачи рекламы.
43. Виды и носители рекламы.
44. Законодательное регулирование связей с общественностью в России и за рубежом.
45. Принципы разработки медиаплана и его составляющие.
46. Инструментарий ATL и BTL в рекламе: возможности и границы применимости.
47. Оценка эффективности рекламы (CPT, CPR).
48. Цветной пиар в международной политике.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Теория рекламы в зеркале отечественных исследований.
2. Теория рекламы в контексте зарубежных исследований.
3. Принципы и инструменты имиджевой политики государства.
4. Социология PR как научная дисциплина.
5. Социология PR как исследовательская практика.
6. Форма и содержание медиа по Г. М. Маклюэну.
7. Традиции PR в отечественной политической культуре.
8. Реклама и медиа-планирование: общее и особенное.
9. Стратегии защиты от черного PR.
10. Ребрендинг политической партии: теория и практика.
11. Паблик рилейшнз через призму теории международных отношений.
12. Философские аспекты социальных коммуникаций.
13. Агитация и пропаганда в современных международных отношениях.
14. Политтехнологии в избирательных кампаниях.
15. «Мягкая сила» в публичной дипломатии.

7.3. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет

Исторический факультет

Кафедра международных отношений и внешней политики

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	41.03.05 Международные отношения
Профиль подготовки	Международные отношения
Форма обучения	Очная
Семестр	Четвертый
Дисциплина	Паблик рилейшнз

Экзаменационный билет № 1

1. Исторические предпосылки PR.
2. Система медиа-планирования RACE.
3. Раскройте содержание следующего понятия: серый PR.

Утверждено на заседании кафедры международных отношений и внешней политики, протокол № ____ от _____ 2024 г.

Заведующий кафедрой

А.И. Минаев

Экзаменатор

М.М. Кухтин

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 4

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа + контроль	20
	Индивидуально-творческое задание	10
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся во 2-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Университетская, д. 22). Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры международных отношений и внешней политики (ауд. 25 и 52).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Анастасов А.И. Методические рекомендации по изучению дисциплины «Связи с общественностью в государственных и муниципальных органах власти». – Донецк: Норд-Пресс, 2014. – 36 с. – Текст: электронный.

2. Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д. Самое главное в PR. – М.: Питер, 2004. – 560 с. – Текст: непосредственный.

3. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 320 с. – Текст: непосредственный.

11.2. Дополнительная литература

1. Балынская Н.Р., Рахлис Т.П. Субъекты современной медиа-политики // Символ науки. – 2016. – № 1-3. – С. 215-216. – Текст: электронный.

2. Виноградова С.М., Мельник Г.С. Психология массовой коммуникации: учеб. – М.: Юрайт, 2021. – 443 с. – Текст: электронный.

3. Катлип С., Сентер А., Глен Б. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М.: Вершина, 2008. – 652 с. – Текст: непосредственный.

4. Маркони Дж. PR: полное руководство. – М.: Вершина, 2006. – 523 с. – Текст: непосредственный.

5. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама. Теория и практика: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 182 с. – Текст: непосредственный.

6. Шамутия И.Ш. Публичная дипломатия России: становление и развитие // Актуальные проблемы современных международных отношений. – 2016. – № 7. – С. 115-122. – Текст: электронный.

7. Яковенко А.В. Социолог в условиях вооруженного противостояния в Донбассе // Социологические исследования. – 2019. – № 7. – С. 143-151. – Текст: непосредственный.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614).
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919).
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений).
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).