

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

ОДОБРЕНО УМС ИМО

Протокол № 708/2

от 28.08.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PUBLIC RELATIONS)

Направление подготовки
(специальность)

[1] 41.04.05 Международные отношения

Семестр	Трудоемкость, кред.	Общий объем курса, час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	В форме практической подготовки, час.	СРС, час.	КСР, час.	Форма(ы) контроля, экз./зач./КР/КП
3	3	108	32	32	0		44	0	30
Итого	3	108	32	32	0	0	44	0	

АННОТАЦИЯ

Целью учебной дисциплины «Связи с общественностью» является ознакомление магистрантов с различными приемами ПР и их практическим применением как в России, так и за рубежом.

Основной задачей изучения дисциплины "Иностранный язык: Английский язык: Связи с общественностью" является реализация требований, установленных в Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования.

В процессе изучения дисциплины планируется сосредоточить внимание на формировании понятия ПР, его моделей и сфер применения, а также на формирование умений, связанных с применением принципов и технологий ПР для успешного позиционирования организаций и ведения эффективного менеджмента.

Курс ведется на английском языке и предполагает продвинутый уровень владения языком у магистрантов, таким образом, одной из задач является приобретение навыков восприятия информации на иностранном языке, освоение лексики данного предмета и умение ее применить.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью учебной дисциплины «Связи с общественностью» является ознакомление магистрантов с различными приемами ПР и их практическим применением как в России, так и за рубежом.

Основной задачей изучения дисциплины "Иностранный язык: Английский язык: Связи с общественностью" является реализация требований, установленных в Государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования.

В процессе изучения дисциплины планируется сосредоточить внимание на формировании понятия ПР, его моделей и сфер применения, а также на формирование умений, связанных с применением принципов и технологий ПР для успешного позиционирования организаций и ведения эффективного менеджмента.

Курс ведется на английском языке и предполагает продвинутый уровень владения языком у магистрантов, таким образом, одной из задач является приобретение навыков восприятия информации на иностранном языке, освоение лексики данного предмета и умение ее применить.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Учебная дисциплина «Связи с общественностью» является частью направления подготовки 41.03.05 «Международные отношения» профиля подготовки магистров «Международные научно-технологические и торгово-промышленные отношения». Преподавание дисциплины ведется кафедрой № 62 «Специальная лингвистическая подготовка» на 2-м курсе очного обучения магистратуры в течение одного семестра.

Данная дисциплина является спецкурсом, который знакомит студентов с ситуациями профессионального устного и письменного общения и инструментами для успешного участия в них.

Знание материалов дисциплины необходимо при выполнении дипломного проектирования, УИР, а также при практической работе выпускников по специальности.

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Универсальные и(или) общепрофессиональные компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-5 [1] – Способен выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента	3-ОПК-5 [1] – Знать основы проведения аналитической работы в рамках поставленной задачи. У-ОПК-5 [1] – Уметь использовать современные информационно-аналитические инструменты и системы при подготовке аналитических обзоров. В-ОПК-5 [1] – Владеть методами получения и анализа из открытых источников и из ресурсов с ограниченным доступом.
ОПК-7 [1] – Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации	3-ОПК-7 [1] – Знать, как выстраивать стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории. У-ОПК-7 [1] – Уметь выстраивать убедительную аргументацию для достижения целей представления результатов профессиональной деятельности. В-ОПК-7 [1] – Владеть информационно-коммуникативными технологиями и каналами распространения информации.
УК-4 [1] – Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	3-УК-4 [1] – Знать: правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках; существующие профессиональные сообщества для профессионального взаимодействия У-УК-4 [1] – Уметь: применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения для академического и профессионального взаимодействия В-УК-4 [1] – Владеть: методикой межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий
УК-5 [1] – Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	3-УК-5 [1] – Знать: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур; особенности межкультурного разнообразия общества; правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия

	У-УК-5 [1] – Уметь: понимать и толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества; анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия В-УК-5 [1] – Владеть: методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия
--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разделы учебной дисциплины, их объем, сроки изучения и формы контроля:

№ п.п	Наименование раздела учебной дисциплины	Недели	Лекции/ Практ. (семинары)/ Лабораторные работы, час.	Обязат. текущий контроль (форма*, неделя)	Максимальный балл за раздел**	Аттестация раздела (форма*, неделя)	Индикаторы освоения компетенции
	<i>3 Семестр</i>						
1	Основы коммуникации в ПР	1-8	12/12/0		25	к.р-8	3-ОПК-5, У-ОПК-5, В-ОПК-5, 3-ОПК-7, У-ОПК-7, В-ОПК-7, 3-УК-4, У-УК-4, В-УК-4
2	Инструменты ПР и их применение	9-16	20/20/0		25	к.р-16	3-УК-4, У-УК-4, В-УК-4, 3-УК-5, У-УК-5, В-УК-5
	<i>Итого за 3 Семестр</i>		32/32/0		50		
	Контрольные мероприятия за 3 Семестр				50	30	3-ОПК-5, У-ОПК-5, В-ОПК-5, 3-ОПК-7, У-ОПК-7, В-ОПК-7, 3-УК-4, У-УК-4, В-УК-4, 3-УК-5, У-УК-5, В-УК-5

* – сокращенное наименование формы контроля

** – сумма максимальных баллов должна быть равна 100 за семестр, включая зачет и (или) экзамен

Сокращение наименований форм текущего контроля и аттестации разделов:

Обозначение	Полное наименование
ЗО	Зачет с оценкой
к.р	Контрольная работа
З	Зачет

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Недели	Темы занятий / Содержание	Лек., час.	Пр./сем., час.	Лаб., час.
	<i>3 Семестр</i>	32	32	0
1-8	Основы коммуникации в ПР	12	12	0
1 - 2	Определение Паблик Рилэйшнс и его роль в современном обществе • определения и трактовки связей с общественностью или Public Relations • роль ПР в современном обществе • связь с другими науками и областями деятельности • отличия ПР от журналистики и маркетинга.	Всего аудиторных часов		
		4	4	0
		Онлайн		
		0	0	0
3	Особенности коммуникации в сфере ПР • История развития ПР • пять технологических и информационных революций • место ПР в современном обществе США и России • основные направления ПР (политический, коммерческий и т.д.) • уровни их действия (глобальный, государственный, локальный)	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
4	Стратегическое планирование в ПР. Проведение ПР кампаний • пять основных составляющих коммуникации: источник, адресат, послание, канал и обратная связь • целевая аудитория, отличие от общественности • основная цель коммуникации ПР • понятие общественного мнения, различия между мнением и отношением • особенности восприятия информации • характеристика основных элементов коммуникации ПР • способы влияния на общественное мнение • модели коммуникации ПР	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
5	Каналы коммуникации в ПР • типы каналов и их особенности • письменные каналы коммуникации • личностные каналы коммуникации	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
6	Специальные события • особенности специальных событий как канала коммуникации в ПР	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		

	• основные примеры специальных событий • особенности организации специальных событий	0	0	0
9-16	Инструменты ПР и их применение	20	20	0
7	Интернет коммуникации в ПР • особенности интернет коммуникаций в ПР • типы интернет каналов и особенности их использования • приемы популяризации интернет ресурсов, накрутка посещаемости • неэтичные приемы накрутки посещаемости	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
8	Тема 8. Общество как целевая аудитория в ПР • общество и клиенты • особенности коммуникации с широкой общественностью • каналы коммуникации • примеры успешных ПР кампаний	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
9	Черный ПР: что это и как с этим бороться? • понятие черный ПР • методы черного ПР • правила защиты от черного ПР	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
10	Управление кризисом • Кризис и его факторы • Подготовка к кризису, планирование кризиса • Правила коммуникации в ситуации кризиса • Общие рекомендации по успешному преодолению кризиса • Анализ кейсов	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
11	Фандрайзинг, как комплексное направление деятельности ПР • Фандрайзинг как общественное явление и сфера деятельности. • Основные правила фандрайзинговой кампании • Ошибки в понимании фандрайзинга • Методы фандрайзинга • Анализ кейсов	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
12	Продвижение в ПР • продвижение и информационный ПР • каналы коммуникации в продвижении • примеры эффективного продвижения	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
13	ПР кейсы и их решение • примеры ПР проблем • способы решения • прописывание ПР плана	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
14	Правовые и этические нормы ПР • авторские права • патент • торговая марка • невмешательство в частную жизнь и т.д. • как избежать юридических проблем	Всего аудиторных часов		
		2	2	0
		Онлайн		
		0	0	0
15 - 16	Итоговая контрольная работа Разбор итоговой контрольной работы	Всего аудиторных часов		
		4	4	0
		Онлайн		
		0	0	0

Сокращенные наименования онлайн опций:

Обозначение	Полное наименование
ЭК	Электронный курс
ПМ	Полнотекстовый материал
ПЛ	Полнотекстовые лекции
ВМ	Видео-материалы
АМ	Аудио-материалы
Прз	Презентации
Т	Тесты
ЭСМ	Электронные справочные материалы
ИС	Интерактивный сайт

ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Недели	Темы занятий / Содержание
	<i>3 Семестр</i>
1 - 2	Привести примеры ПР кампаний в каждой из сфер деятельности ПР Обозначить их цель, целевую аудиторию, заказчика, стратегию предпринятых действий и результаты
3	Доклады Подготовить короткие доклады о таких деятелях ПР как Эдвард Бернейз, Харви Ли и т.д. на выбор
4	Моделей коммуникации ПР Привести примеры использования каждой из моделей коммуникации ПР
5	Выбрать организацию заданного ПР направления (политический, коммерческий и т.д.) Обозначить ее целевые аудитории и привести примеры возможных посланий (в ПР кампаниях) для каждой из них. Обсудить способы передачи данных посланий.
6	Анализ организаций Выбрать организацию, сформулировать ее миссию и цели на данном этапе развития, рассказать о программах, кампаниях и событиях, проведенных для их осуществления, были ли они успешны, проанализировать
7	Символы, слоганы и акронимы организаций Привести примеры удачных и провальных символов, слоганов и акронимов организаций
8	ПР статьи Привести пример ПР статьи, показать, какие приемы убеждения были в ней использованы
9	Анкета Составить анкету, объяснить для кого, с какой целью и используя какие приемы была составлена данная анкета
10	Пресс-релиз Подготовить три пресс-релиза, составленных для разной целевой аудитории, показать разницу в оформлении
11	Брошюры Найти брошюру. Проанализировать цели ее использования, правильность ее составления и успешность использования
12	ПР речь Подготовить речь на заданную тему. Быть готовым убеждать и далее показать свои

	приемы убеждения. Обсудить, будут ли они успешны
13	Доклады Подготовить доклад о подготовке и проведении выставки Подготовить доклад о провалах брэндов на межкультурном уровне. Проанализировать причины
14	Презентации Подготовить три разные презентации на заданную тему для трех видов аудитории: глобальной, западной и восточной
15 - 16	Планы решений ситуаций Подготовить план решения данных задач по работе с имиджем Подготовить план презентации для осуществления фандрайзинга в данных условиях. Подготовить план действий в заданной ситуации кризиса

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы дисциплины используются различные образовательные технологии. Лекции проводятся с использованием современных мультимедийных средств в интерактивной форме. Теоретические и практические материалы курса иллюстрируются реальными примерами из области международного научно-технологического и промышленного сотрудничества.

Самостоятельная работа студентов подразумевает проработку лекционного материала с использованием конспекта лекций и рекомендуемой литературы для подготовки к практическим занятиям. При реализации программы учебной дисциплины «Связи с общественностью» используются следующие образовательные технологии:

- проблемная лекция в интерактивном режиме,
- проектные технологии,
- кейс-стади,
- цифровые технологии,
- ролевые / деловые игры

Выбор образовательной технологии обусловлен особенностями осваиваемого студентами содержания, этапом учебного процесса, а также интересами и запросами обучающихся.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущего, рубежного и промежуточного контроля по дисциплине.

Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения представлена в следующей таблице:

Компетенция	Индикаторы освоения	Аттестационное мероприятие (КП 1)
ОПК-5	З-ОПК-5	ЗО, к.р-8
	У-ОПК-5	ЗО, к.р-8
	В-ОПК-5	ЗО, к.р-8
ОПК-7	З-ОПК-7	ЗО, к.р-8

	У-ОПК-7	ЗО, к.р-8
	В-ОПК-7	ЗО, к.р-8
УК-4	З-УК-4	ЗО, к.р-8, к.р-16
	У-УК-4	ЗО, к.р-8, к.р-16
	В-УК-4	ЗО, к.р-8, к.р-16
УК-5	З-УК-5	ЗО, к.р-16
	У-УК-5	ЗО, к.р-16
	В-УК-5	ЗО, к.р-16

Шкалы оценки образовательных достижений

Шкала каждого контрольного мероприятия лежит в пределах от 0 до установленного максимального балла включительно. Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет собой сумму баллов, заработанных студентом при выполнении заданий в рамках текущего и промежуточного контроля.

Итоговая оценка выставляется в соответствии со следующей шкалой:

Сумма баллов	Оценка по 4-х балльной шкале	Отметка о зачете	Оценка ECTS
90-100	5 – «отлично»	«зачтено»	A
85-89	4 – «хорошо»		B
75-84			C
70-74			D
65-69	3 – «удовлетворительно»		E
60-64			
ниже 60	2 – «неудовлетворительно»	«не зачтено»	F

Оценка «отлично» соответствует глубокому и прочному освоению материала программы обучающимся, который последовательно, четко и логически стройно излагает свои ответы, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответах материалы монографической литературы.

Оценка «хорошо» соответствует твердым знаниям материала обучающимся, который грамотно и, по существу, излагает свои ответы, не допуская существенных неточностей.

Оценка «удовлетворительно» соответствует базовому уровню освоения материала обучающимся, при котором освоен основной материал, но не усвоены его детали, в ответах присутствуют неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности.

Отметка «зачтено» соответствует, как минимум, базовому уровню освоения материала программы, при котором обучающийся владеет необходимыми знаниями, умениями и навыками, умеет применять теоретические положения для решения типовых практических задач.

Оценку «неудовлетворительно» / отметку «не зачтено» получает обучающийся, который не знает значительной части материала программы, допускает в ответах существенные ошибки,

не выполнил все обязательные задания, предусмотренные программой. Как правило, такие обучающиеся не могут продолжить обучение без дополнительных занятий.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ:

Специальное программное обеспечение не требуется

LMS И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ:

1. Public Relations Society of America (www.prsa.org)
2. Public Relations Student Society of America (www.siu.edu/~prssa/)
3. Burson-Marsteller (www.bm.com)
4. International Public Relations Association (www.ipranet.org)
5. Arthur W. Page Society (www.awpagesociety.com)
6. Hill & Knowlton (www.hillandknowlton.com)

<https://online.mephi.ru/>

<http://library.mephi.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Проектор (Семинарские аудитории)
2. Презенторский компьютер/ноутбук (Семинарские аудитории)

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Обязательным условием успешного усвоения курса является овладение его внутренней логикой, предполагающей понимание того, что:

- Все задачи, решаемые студентом в рамках курса могут быть и будут востребованы как в ходе профессиональной деятельности, так и в рамках других дисциплин, а также — в повседневной жизни;

- Любая задача, поставленная в рамках курса может быть решена несколькими путями, поиск которых развивает навыки работы с компьютером и является творческой задачей.

Оценка студентов за курс формируется из баллов за контрольные испытания на 8 и 16 неделе курса, а также оценки за зачет.

Все материалы курса в том числе дополнительные находятся в открытом доступе для студентов, осваивающих данный курс, на странице курса на образовательной платформе IIR E-learning (elearning.iirmephi.ru)

Для успешного освоения дисциплины студентам рекомендуется уделять внимание самостоятельной подготовке к занятиям, а именно регулярному повторению пройденного материала, развития навыков чтения и говорения, изучению пройденного лексического материала.

Дополнительная литература

1. Public Relations Techniques. Todd Hunt, James E. Grunig, Department of Communication Rutgers, the State University of New Jersey, James E. Grunt College of Journalism, University of Maryland, College Park.

2. Алешина И.В. Паблик Рилэйшнз для менеджеров. М: ЭКМОС, 2002.

3. Al & Laura Ries, The Fall of Advertising and The Rise of PR, Harper Business, 2004.

4. Allan Pease, Paul Dunn, Write Language: The New Secrets of Wrtiting Letters That Really Work.

5. David Lewis, How To Get Your Message Across.

6. Даг Ньюсон, Все о ПР. М.: 2002

7. Самые успешные ПР-кампании в мировой практике. Перевод с англ., М.: «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2002

8. Shirley Harrison, Public Relations. An Introduction.

9. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика., Перевод с англ., М.: «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2002

10. Противодействие черному ПР в Интернете., Евгений Ющук, Александр Кузин, М.: Вершина, 2008.

11. Филипп Гуров, Продвижение бизнеса в Интернет, все о ПР и рекламе в сети, Москва: Вершина, 2009.

12. Михаил Бочаров, Мария Тишкова и Александр Чумиков («PR в Интернете»), М.: Альпина Паблишерс, 2010

13. Бесплатная реклама» Алексей Иванов, «Альпина Паблишерз», 2010

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Настоящие методические указания носят рамочный характер и описывают основные направления педагогического взаимодействия в рамках данного курса. Взаимодействие реализуется на индивидуальном (преподаватель – студент, студент – студент) и групповом (преподаватель – студенческая группа, как коллективный субъект деятельности) уровнях и основывается на принципах сотрудничества, контекстного образования, учета индивидуальных особенностей студентов, развивающего и воспитывающего характера обучения.

В процессе преподавания рекомендуется:

- проводить актуализацию учебных материалов с учетом обновляющейся нормативной базы в образовательной и профессиональной сферах, текущих событий в мире, научно-технологических новаций, а также интересов и запросов обучающихся;

- строить обучение на широкой междисциплинарной основе с привлечением современных результатов психолого-педагогических, социологических, культурологических, лингвистических, экономических, политологических и др. исследований, релевантных осваиваемой обучающимися предметной области;

- создавать условия для развития учебной мотивации студентов, формирования у них мотивов профессиональной деятельности, открывать возможности для полноценной самореализации личности в учебно-профессиональной деятельности, развития исследовательских умений и навыков, готовности личности нести ответственность за результаты индивидуальной и коллективной деятельности;

- использовать возможности современных образовательных и цифровых технологий.

В обязанности преподавателя входит:

- уточнение и при необходимости обоснование / пояснение текущих задач педагогического взаимодействия в рамках цели, реализуемой учебной дисциплиной;

- оказание консультационной поддержки студентам при выполнении учебных задач, связанных с поиском нестандартных решений, подбором актуальных источников, эффективным освоением учебного материала, в том числе подготовка рекомендаций лингводидактического и психолого-педагогического характера;

- проведение объективного текущего контроля результатов учебной деятельности;

- обеспечение эффективной обратной связи.

Автор(ы):

Куценко Катерина Владимировна