

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костровец Лариса Борисовна  
Должность: директор  
Дата подписания: 29.06.2026 17:39:32  
Уникальный программный ключ:  
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

*Приложение 3*  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.18 Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент внешнеэкономической деятельности  
(наименование образовательной программы)

Бакалавр  
(квалификация)

Очная форма обучения  
(форма обучения)

Год набора – 2023

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

*Кулешов Александр Эдуардович, старший преподаватель кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности*

**Заведующий кафедрой:**

*Беганская Ирина Юрьевна, д-р экон. наук, заведующий кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.18 Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities) одобрена на заседании кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 4 от «10» ноября 2025 г.

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

<b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
приобретение знаний, навыков и опыта в области управления восприятием общественности, использования подходов, методов и инструментов Public Relations в управлении международной деятельностью компании; формирование знаний о PR, как об основном инструменте организации эффективных коммуникаций фирмы с внешней средой.	
<b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-обеспечить знания обучающихся о сущности, принципов, целей и задач связей с общественностью;</li> <li>-показать роль и место связей с общественностью в международной деятельности компании;</li> <li>-сформировать знание о нормах международного и национального права о связях с общественностью;</li> <li>-научить пользоваться современными информационными технологиями в реализации PR-деятельности;</li> <li>-показать роль и функции служб связей с общественностью в международной компании;</li> <li>-ознакомить с особенностями связей с общественностью в системе управления компанией;</li> <li>-сформировать знания и практические навыки путем реализации технологий связей с общественностью: пресс-конференций, презентаций, экскурсий и т.д.;</li> <li>-сформировать знание особенностей и методов «черного» и «белого» PR в современном обществе.</li> </ul>	
<b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.18
<i>1.3.1. Дисциплина "Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Социально-экономическая география	
История российского и зарубежного предпринимательства	
Микроэкономика	
<i>1.3.2. Дисциплина "Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Внешняя среда бизнеса	
Корпоративное управление	
Маркетинг	
Корпоративная социальная ответственность	
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ПК-6.1: Применяет методы и инструменты Public Relations в управлении международной деятельностью предприятия, как основного инструмента организации эффективных коммуникаций предприятия с внешней средой.</i>	
Знать:	
<b>Уровень 1</b>	современные теории и практики Public relations
<b>Уровень 2</b>	особенности PR-деятельности в разных странах
<b>Уровень 3</b>	функции и принципы PR - работы, а также основные стратегии и тактики Public Relations в международной деятельности
Уметь:	
<b>Уровень 1</b>	применять тактики PR -деятельности
<b>Уровень 2</b>	использовать методы исследования (потребностей и ожиданий) групп общественности
<b>Уровень 3</b>	способностью подбирать необходимые технологии для проведения рекламной кампании
Владеть:	
<b>Уровень 1</b>	навыками изучения общественного мнения, отношений и ожиданий общественности; применения методов исследования в практики PR
<b>Уровень 2</b>	приемами продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
<b>Уровень 3</b>	методами анализа ситуации рекламного рынка и работы с клиентами, принципами работы в отделе рекламы и связей с общественностью
<i>В результате освоения дисциплины "Связи с общественностью в международной деятельности</i>	
<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>

	- правовые и этические основы регулирования PR деятельности во взаимоотношениях с внешними организациями;
	- способы и методы использования PR технологий во взаимодействии с внешними организациями.
<b>3.2 Уметь:</b>	
	- строить взаимодействие с внешней средой управления;
	- оценивать эффективность PR-мероприятия для реализации этики взаимоотношений в организации и развития организационной культуры.
<b>3.3 Владеть:</b>	
	- навыками диагностики организационной культуры и умением применять их на практике с целью продвижения бренда организации.
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
<b>Промежуточная аттестация</b>	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой	

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Общая трудоёмкость дисциплины "Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
<b>2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
<b>РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ, ФУНКЦИИ, ОРГАНИЗАЦИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / SECTION 1. ESSENCE, FUNCTIONS, ORGANIZATION OF PR IN INTERNATIONAL ACTIVITIES</b>						
Тема 1.1. Сущность и важнейшие функции связей с общественностью. История становления и развития паблик рилейшнз/Topic 1.1. Essence and the most important functions of PR. The history of the formation and development of public relations /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Сущность и важнейшие функции связей с общественностью. История становления и развития паблик рилейшнз/Topic 1.1. Essence and the most important functions of PR. The history of the formation and development of public relations /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Сущность и важнейшие функции связей с общественностью. История	4	6	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

становления и развития публичных отношений/Topic 1.1. Essence and the most important functions of PR. The history of the formation and development of public relations /Ср/				Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2		
Тема 1. 2. Организация процесса связей с общественностью/ Topic 1. 2. Organization of the PR process /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1. 2. Организация процесса связей с общественностью/ Topic 1. 2. Organization of the PR process /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1. 2. Организация процесса связей с общественностью/ Topic 1. 2. Organization of the PR process /Ср/	4	6	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Организация PR-кампании и ее структура/ Topic 1.3. Organization of a PR campaign and its structure /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Организация PR-кампании и ее структура/ Topic 1.3. Organization of a PR campaign and its structure /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Организация PR-кампании и ее структура/ Topic 1.3. Organization of a PR campaign and its structure /Ср/	4	6	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Методы связей с общественностью в международной деятельности/ Topic 1.4. PR methods in international activities /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Методы связей с общественностью в международной деятельности/ Topic 1.4. PR methods in international activities /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Методы связей с общественностью в международной деятельности/ Topic 1.4. PR methods in international activities /Ср/	4	6	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
<b>РАЗДЕЛ 2. СРЕДСТВА, МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ PR ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ/ SECTION 2. MEANS, METHODS AND TECHNOLOGIES OF PR IN THE IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL ACTIVITIES</b>						
Тема 2.1 Создание и коррекция имиджа международной компании и ее руководства в	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

процессе связей с общественностью/ Topic 2.1 Creating and correcting the image of an international company and its management in the PR process /Лек/				Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2		
Тема 2.1 Создание и коррекция имиджа международной компании и ее руководства в процессе связей с общественностью/ Topic 2.1 Creating and correcting the image of an international company and its management in the PR process /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.1 Создание и коррекция имиджа международной компании и ее руководства в процессе связей с общественностью/ Topic 2.1 Creating and correcting the image of an international company and its management in the PR process /Ср/	4	6	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связей с общественностью в международной деятельности/ Topic 2.2. Brand and corporate identity as the most important means of PR in international activities /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связей с общественностью в международной деятельности/ Topic 2.2. Brand and corporate identity as the most important means of PR in international activities /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Бренд и фирменный стиль как важнейшие средства связей с общественностью в международной деятельности/ Topic 2.2. Brand and corporate identity as the most important means of PR in international activities /Ср/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Технологии связей с общественностью/ Topic 2.3. PR technologies /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Технологии связей с общественностью/ Topic 2.3. PR technologies /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Технологии связей с общественностью/ Topic 2.3. PR technologies /Ср/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Связи с общественностью в международном бизнесе, менеджменте, маркетинге. PR и реклама/ Topic 2.4. PR in international business, management, marketing. PR and advertising. /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.4. Связи с общественностью в международном бизнесе, менеджменте, маркетинге. PR и реклама/ Topic 2.4. PR in international business, management, marketing.	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1	0	

PR and advertising. /Сем зан/				Э1 Э2		
Тема 2.4. Связи с общественностью в международном бизнесе, менеджменте, маркетинге. PR и реклама/ Topic 2.4. PR in international business, management, marketing. PR and advertising. /Ср/	4	6	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.5. Связи с общественностью в кризисных ситуациях/ Topic 2.5. PR in crisis situations. /Лек/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.5. Связи с общественностью в кризисных ситуациях/ Topic 2.5. PR in crisis situations. /Сем зан/	4	4	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.5. Связи с общественностью в кризисных ситуациях/ Topic 2.5. PR in crisis situations. /Ср/	4	8	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	
Тема 2.5. Связи с общественностью в кризисных ситуациях/ Topic 2.5. PR in crisis situations. /Конс/	4	2	ПК-6.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Э1 Э2	0	

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<p>1. В процессе освоения дисциплины «Public relations в международной деятельности» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.</p> <p>2. В процессе освоения дисциплины «Public relations в международной деятельности» используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайдпрезентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций. При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.</p> <p>3. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Артамонов, Д. С.	История рекламы и PR: учебное пособие (80 с.)	Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.2	Шарков, Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие (324 с.)	Москва : Дашков и К, 2018

## 2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Е. В. Перевозникова	Коммуникационный менеджмент: учебно-методическое пособие для студентов 4 курса ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент в производственной сфере») очной / заочной форм обучения (189 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
Л2.2	Васильева, Л. А.	PR в гостиничном бизнесе : учебное пособие (66 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2016
Л2.3	Милукова, А. Г.	Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум (127 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2020

## 3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	А.Э. Кулешов	Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2023
Л3.2	А.Э. Кулешов	Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2023
Л3.3	А.Э. Кулешов	Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international	ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2023

## 4.2. Перечень ресурсов

### информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО	<a href="https://glib.donampa.ru/greenstone3/library/">https://glib.donampa.ru/greenstone3/library/</a>
Э2	Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a> (договор №СЭБ 561/у от 09.12.2021)

## 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО ДОНАУИГС) и электроннобиблиотечную систему (ЭБС Лань), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств. Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft №42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

## 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» - <https://glib.donampa.ru/greenstone3/library/>  
Внешняя ЭБС - Электронно-библиотечная система Лань - <https://e.lanbook.com/> (договор №СЭБ 561/у от 09.12.2021)

## 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 310 учебный корпус № 6. – комплект мультимедийного оборудования: персональный компьютер, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся, стационарная доска, выкатная, доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 201 учебный корпус № 3, № 901 учебный корпус № 1. - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся, стационарная доска, демонстрационные плакаты.

3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1,3,6. Адрес: г.Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, г.Донецк, ул. Челюскинцев, 157, г.Донецк ул. Артема 94.

## **РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **5.1. Контрольные вопросы и задания**

#### **ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

1. История становления и развития PR
2. Основные задачи и функции PR
3. Основные виды и методы реализации PR
4. Первые признаки PR в древнем мире
5. Политики как первые пользователи PR средств
6. Развитие PR в периоды Мировых войн
7. Своренный этап развития PR как науки
8. PR-кампании и мероприятия: определение, составляющие понятия, типология
9. Уровни реализации PR-мероприятий
10. Правовое обеспечение PR действий
11. Особенности международного правового обеспечения процесса PR
12. Характеристика этапов проведения PR-кампании
13. Оценка эффективности проведения PR-кампании
14. Функции PR компании
15. Признаки PR компании
16. Каналы связи PR компании
17. Общество как объект PR компании
18. Общественное мнение как объект PR компании
19. Субъект PR компании
20. Технический субъект PR компании
21. PR проект
22. PR событие
23. Метод экспортного PR
24. Способы достижения целей PR в международной деятельности
25. Особенности рекламы в разных странах мира
26. Работа со СМИ
27. Пресс релиз как средство PR
28. Пресс конференция как средство PR
29. Использование публичных деятелей как средство PR
30. Продактплейсмент как средство PR
31. Управление репутацией и имиджем как неотъемлемым элементом конкурентного поведения компании в области ПР.
32. Создание имиджа и управления репутацией в связях с общественностью.
33. Баланс имиджа и репутация фирмы
34. Роль PR в брендинге
35. Фирменный стиль в структуре корпоративного имиджа предприятия
36. Логотип как средство PR
37. Слоган как средство PR
38. Влияние цвета и формы лого-бренда на узнаваемость организации
39. Понятия технологии в PR
40. Виды PR технологий
41. PR в менеджменте и маркетинге

42.	Отличия PR от рекламы
43.	Престижная реклама как средство PR
44.	Маркетинговая реклама как средство PR
45.	Типология кризисов
46.	Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций
47.	Управление в условиях кризиса
48.	Коммуникации в условиях кризиса
49.	Признаки PR компании
50.	Каналы связи PR компании

## 5.2. Темы письменных работ

### SECTION 1. ESSENCE, FUNCTIONS, ORGANIZATION OF PR IN INTERNATIONAL ACTIVITIES

Section 1. Topic 1.1. Essence and the most important functions of PR. The history of the formation and development of public relations

1. Subject and objectives of the course. The object of study of the course. Purpose and objectives of the training course.

2. PR as a function of management, management.

3. PR as the science of managing public opinion.

4. Basic concepts and areas of PR use. Public relations functions.

5. Levels of implementation of PR-events.

Topic 1.2. Organization of the PR process

6. Objects of public relations. PR as a public opinion management system.

7. Subjects of public relations.

8. Constant activity of PR-specialists in work with the public.

9. PR project and PR campaign.

10. Essence and functions of a PR campaign.

1.3 Organization of a PR campaign and its structure

11. Main types and varieties of PR campaigns.

12. Models and general structure of PR-campaigns.

13. Special elements for the development and implementation of PR campaigns.

14. Methods of public relations, the interaction of the company with the public.

Topic 1.4. PR methods in international activities

16. The essence of the image and its varieties.

17. Main problems and technologies of image construction.

18. The most important tasks of PR in the process of correction, modification of the image.

19. Branding in the structure of public relations.

20. Brand Essence

21. Brand idea

### SECTION 2. MEANS, METHODS AND TECHNOLOGIES OF PUBLIC RELATIONS IN CARRYING OUT INTERNATIONAL ACTIVITIES

Topic 2.1 Creating and correcting the image of an international company and its management in the PR process

23. Essence and structure of humanitarian technologies used in public relations.

24. Types of technologies by function.

25. Types of technologies in the fields of knowledge used.

26. Types of technologies for compliance with ethics and legislation.

27. Special types of technologies (manipulative, NLP technologies, mediation and facilitation technologies).

Topic 2.2. Brand and corporate identity as the most important means of PR in international activities

28. The main goals of public relations in business.

29. PR and modern management.

30. PR in marketing as the most important type of marketing communications

31. Crises: their typology, varieties.

32. Crisis situations in the economy and business.

33. Crisis public relations. PR in the process of overcoming the crisis.

Section 2. Topic 2.3. PR technologies

34. Techniques, methods and technologies of PR used during the crisis

35. The origins of PR, the main milestones in the development of public relations.

36. The current state of PR, in the world, in Russia in the CIS.

37. Main problems of brand development

Topic 2.4. PR in international business, management, marketing. PR and advertising

38. Corporate identity as a PR tool, the most important means of forming the company's image.

**5.3. Фонд оценочных средств**

Фонд оценочных средств дисциплины "Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)" разработан в соответствии с локальным нормативным актом

Фонд оценочных средств дисциплины "Связи с общественностью в международной деятельности (Public relations in international activities)" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

**5.4. Перечень видов оценочных средств**

устный опрос , рефераты , контроль знаний по разделу, индивидуальное задание

## **РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения.

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение дисциплины осуществляется по следующим формам: лекции, семинарские занятия и самостоятельная (в том числе индивидуальная) работа обучающегося. Важным условием для освоения дисциплины в процессе занятий является ведение конспектов, освоение и осмысление терминологии изучаемой дисциплины. Материалы лекционных занятий следует своевременно подкреплять проработкой соответствующих разделов в учебниках, учебных пособиях, научных статьях и монографиях, в соответствии со списком основной и дополнительной литературы. Дополнительная проработка изучаемого материала проводится во время семинарских занятий, в ходе которых анализируются и закрепляются основные знания, полученные по дисциплине.

При подготовке к семинарским занятиям следует использовать основную и дополнительную литературу из представленного списка. На семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

В рамках изучения учебной дисциплины необходимо использовать передовые информационные технологии – компьютерную технику, электронные базы данных, Интернет.

Целями самостоятельной работы обучающегося являются:

систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений;

углубление и расширение теоретических знаний;

формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

развитие исследовательских умений.

Самостоятельная (в том числе индивидуальная) работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, в соответствии с Фондом оценочных средств дисциплины и содержит следующие задания:

для подготовки к устному опросу – изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции, изучение рекомендуемых литературных источников, конспектирование источников);

для подготовки и написания реферата, доклада – работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet (использование аудио- и видеозаписи);

для проведения контроля знаний по разделам учебной дисциплины – подведение промежуточных и текущих итогов; Изучение дисциплины предполагает форму промежуточной аттестации – зачет с оценкой.