

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

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МЕЖДУНАРОДНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Связи с общественностью в международных коммуникациях»** для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (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 2026 года.

Разработчик:
доцент кафедры журналистики,
канд. истор. наук

М.С. Багликова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4.
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. ком., доц.
14.04.2026 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной: Основы связей с общественностью, Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR

Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Коммуникационные основы рекламной и PR -деятельности, Технологии связей с общественностью в сфере политики, Брендинг.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.38 Связи с общественностью в международных коммуникациях
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	4,5/162

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	3	6	34	–	34	94	162	зачет
Очная, всего								
Очно-заочная	3	6	8	–	6	148	162	зачет

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование системных знаний о международном PR и его особенностях, осуществление творческой подготовки специалистов, нацеленных на реализацию карьеры в сфере международного PR, владеющих современными знаниями проблематики международных отношений и связей с общественностью.

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

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК- 1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знает: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Умеет: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеет: навыком выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	1.1. Признаки коммуникационного пространства. 1.2. Основные направления Окинавской Хартии глобального информационного общества (2000 г.). 1.3. Основные положения Концепции формирования информационного общества в России.
2. Глобализация как главная тенденция мирового развития	2.1. Глобализация: этапы и виды 2.2. Культурологическое видение глобализации как тенденции к созданию единой мировой культуры/цивилизации, растущей взаимосоотнесенности различных культур. 2.3. Социологические теории глобализации. 2.4. Феномен макдонализации. 2.5. Последствия глобализации: Антиглобализм. Альтерглобализм.
3. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	3.1. Основные подходы к пониманию процессов интеграции. 3.2. Виды международной интеграции. 3.3. Условия и особенности интеграционного международного процесса. 3.4. Нормативные основы международной интеграции.

4. Сущность международных и региональных связей с общественностью	4.1. Определение, термины, понятия. 4.2. Экономическая и политическая среда международных и региональных связей с общественностью. 4.3. Методы получения и обработки маркетинговой и информации в международных и региональных связей с общественностью. 4.4. Понятие, типы и виды международной сегментации
5. Особенности и потребности международного PR.	5.1. Особенности и функции международного PR. 5.2. Роль культурных, политических, экономических, социальных отличий в международной PR – коммуникации. 5.3. Особенности развития международного бизнеса рынке услуг по связям с общественностью. 5.4. Модели и механизмы международного PR.
6. PR и публичная дипломатия	6.1. Природа и особенности международных отношений. 6.2. Государственные и негосударственные (национальные, интернациональные, транснациональные) акторы. 6.3. Новые акторы мировой политики: транснациональные корпорации и глобальные рынки. 6.4. Официальная и публичная дипломатия как средство международно-политической деятельности. 6.5. Народная дипломатия и стратегические коммуникации
7. Применение интегрированных коммуникаций на международном уровне	7.1. Коммуникационные барьеры. 7.2. Организация международных рекламных кампаний. 7.3. Инструменты. 7.4. Стимулирование сбыта продукции. 7.5. Личные продажи и прямой международный маркетинг. 7.6. Международные ярмарки и выставки
8. Базовые инструменты международных PR коммуникаций	8.1. Новые способы использования информации. 8.2. Цифровые технологии в PR коммуникаций. 8.3. Основные целевые группы международных PR коммуникаций. 8.4. Инструменты и технологии.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 3, семестр – 6

Наименования разделов и тем	Количество часов
-----------------------------	------------------

	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	3		3	11	17
2. Глобализация как главная тенденция мирового развития	3		3	11	17
3. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	5		3	11	19
4. Сущность международных и региональных связей с общественностью	3		5	11	19
5. Особенности и потребности международного PR.	5		5	13	23
6. PR и публичная дипломатия	5		5	11	21
7. Применение интегрированных коммуникаций на международном уровне	5		5	11	21
8. Базовые инструменты международных PR-коммуникаций	5		5	15	25
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	34	–	34	94	162

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 3, семестр – 6

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Основные тенденции развития современного коммуникативного пространства.	1			20	21
2. Глобализация как главная тенденция мирового развития	1			20	21
3. Международная интеграция: понятие, виды, тенденции	1		1	18	20
4. Сущность международных и региональных связей с общественностью	1		1	18	20
5. Особенности и потребности международного PR.	1		1	18	20
6. PR и публичная дипломатия	1		1	18	20
7. Применение интегрированных коммуникаций на международном уровне	1		1	18	20
8. Базовые инструменты международных PR коммуникаций	1		1	18	20
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	8	–	6	148	162

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

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Основные признаки современного коммуникационного пространства.
2. Основные направления Окинавской Хартии глобального информационного общества (2000 г.).

3. Международная интеграция: понятие, виды, этапы.
4. Нормативные основы международной интеграции.
5. Сущность и этапы глобализации.
6. Политическое измерение глобализации и ее последствия.
7. Экономическое измерение глобализации и ее последствия.
8. Культурное измерение глобализации и ее последствия.
9. Феномен макдонализации в разных сферах жизни общества.
10. Природа и особенности международных отношений и мировой политики.
11. Традиционные акторы международных отношений.
12. Нетрадиционные акторы международных отношений.
13. Международные неправительственные организации (МНПО): виды и их роль мирового общественного мнения.
14. ТНК и ТНБ в системе мировой политики и международных отношений
15. Интернет и СМИ как новые субъекты в мировой политике и международных отношениях.
16. Дипломатия как средство международно-политической деятельности: виды и функции.
17. Публичная дипломатия: цели, средства, формы, преимущества.
18. «Твиттер» - дипломатия: особенности и инструменты влияния на международную общественность.
19. Роль бренда и брендинга в коммуникационных технологиях (презентация, анализ и разбор примеров).
20. Особенности организации и работы пресс – службы органов государственной власти.
21. Особенности и функции международного PR.
22. Роль культурных, политических, экономических, социальных отличий в международной PR – коммуникации.
23. Особенности развития международного бизнеса рынке услуг по связям с общественностью. Модели и механизмы международного PR.
24. Многообразие акторов в международных коммуникациях.
25. PR и публичная дипломатия.
26. Коммуникационные барьеры в международной коммуникации.
27. Применение интегрированных коммуникаций на международном уровне
28. Инструменты международных PR коммуникаций

7.2. Темы докладов (рефератов, эссе)

1. Народная дипломатия и стратегические коммуникации
2. Глобализация и кризис суверенитета национальных государств.
3. Основные направления Окинавской Хартии глобального информационного общества (2000 г.).
4. Основные подходы к пониманию процессов интеграции.
5. Основные положения Концепции формирования информационного общества в России.
6. Пресс – служба правительства и государственных учреждений (на примере США, России, Франции, Германии, Великобритании).
7. Пресс – служба Министерства иностранных дел (на примере любой из стран - США, России, Франции, Германии, Великобритании).
8. Пресс-служба главы государства (на примере любой из стран - США, России, Франции, Германии, Великобритании).
9. Публичная дипломатия (на примере любой из стран - США, России, Франции, Германии, Великобритании).

10. Развитие твиттер – дипломатии в современных условиях (привести и проанализировать конкретные примеры).
11. Информационные центры ООН
12. Подготовка и проведение информационных мероприятий (презентации) с международным участием
13. Подготовка и проведение информационных мероприятий (приемы) с международным участием.
14. Подготовка и проведение информационных мероприятий (церемонии открытия) с международным участием.
15. Подготовка и проведение информационных мероприятий (выставки, экспозиции) с международным участием.
16. Подготовка и проведение информационных мероприятий (форумы, симпозиумы, круглые столы) с международным участием.
17. Подготовка и проведение информационных мероприятий (встречи на высшем уровне).
18. Подготовка и проведение развлекательных мероприятий (праздники, концерты, фестивали, дни) с международным участием.
19. Информационное сопровождение специальных международных мероприятий.
20. Имидж государства: основные факторы формирования образа страны.
21. Имидж России в глобальном пространстве.
22. Бренд и брендинг: определение, структура, стратегия и каналы.
23. Брендинг России в глобальном пространстве.
24. Брендинг мегаполисов (привести и проанализировать конкретный пример).
25. Бренд-агенты как канал формирования успешного бренда страны в глобальном пространстве.
26. Товарный знак на внешних рынках.
27. Культурная классификация Г. Хофстеде.
28. Международные ярмарки и выставки.
29. Инструменты маркетинга в международных коммуникациях.

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 6, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	20
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		70
Зачет		30
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 6, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	40
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		70
Зачет		30
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 в корпусе № 1 ДонГУ (г. Донецк, ул. Университетская, 24). Для проведения практических 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, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 1-го (ауд. 231) и главного учебных корпусов (ауд. 102), материально-техническую базу учебной лаборатории кафедры психологии.

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. Галумов Э.А. PR в международных отношениях/Э.А. Галумов//Информация. Дипломатия. Психология. - М. :Известия, 2010. – 123 с– Текст: непосредственный
2. Информационное общество и международные отношения: Учебник / Болгов Р.В., Васильева Н.А., Виноградова С.М. - СПб: СПбГУ, 2014. - 384 с. – Текст: непосредственный
3. PR в международных отношениях. Прикладные аспекты / под редакцией Выходца Р. С. – Санкт-Петербург: Экспертные решения, 2015. – 192 с. – Текст: непосредственный
4. Сейфуллаева М. Э. Международный маркетинг: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг». Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 234 с. – Текст: непосредственный
5. Федотова О.В., Табекина О.А. Международный маркетинг: учеб. Пособие. Н.Новгород: ННГАСУ, 2012. – 194 с. – Текст: непосредственный

6. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 235 с. – Текст: непосредственный

11.2. Дополнительная литература

1. Вавилова Ж. В. Международные коммуникации: перспективы развития в условиях виртуализации глобальной общественной сферы / Ж. В. Вавилова // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. – 2016. – № 2. – С. 19-26. - Текст: электронный

2. Василенко И.А. Новые тенденции мирового опыта ребрендинга государств: уроки для России / И.А. Василенко// Контурсы глобальных трансформаций: политика, экономика, право.- 2014.-№ 1 (33).- С. 131 - 138- Текст: электронный

3. Виноградова С.М., Мельник Г.С., Панцеров К.А. Медиаориентированный подход в подготовке специалиста по связям с общественностью в сфере международных отношений/ С.М. Виноградова, Г.С. Мельник, К.А.Панцеров//Медиаобразование.-2017.-№ 1.-С.17-34 - Текст: электронный

4. Звягин О.В. Базовые инструменты международных PR-коммуникаций в кризисных условиях// Коммуникология: электронный научный журнал. Том 6. №3. 2021.- С.57-68- Текст: электронный

5. Сеидов В. Г. Информационные технологии - ресурс политического влияния на международные отношения и идеологические процессы / В. Г. Сеидов // Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 9. – С. 114-125. - Текст: электронный

6. Терещук В.И. Роль технологий электронного PR во внешнеполитической сфере//В.И. Терещук//Studia Humanitatis.- 2015.-№ 3. – С. 3-10- Текст: электронный

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).