

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Оренбургский государственный университет»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ДИСЦИПЛИНЫ**

*«Б1.Д.Б.35 Мастер-класс - Международные рекламные и PR-агентства»*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики  
наименование кафедры

протокол № 6 от "11" февраля 2019 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики  
наименование кафедры



Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Исполнители:

доцент

должность



подпись

Т.Ю. Димитрова

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код

наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Ю.В. Кудашова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Т.В. Сапух

расшифровка подписи

№ регистрации \_\_\_\_\_

© Димитрова Т.Ю., 2019  
© ОГУ, 2019

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель** освоения дисциплины – сформировать навыки использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

**Задачи освоения дисциплины:** освоить базовые профессиональные категории и процессы в области международных связей с общественностью и рекламы, обеспечить многомерное восприятие профессиональной деятельности в контексте межкультурной коммуникации, расширить кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса, использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.2 Иностранный язык, Б1.Д.В.8 Реклама и связи с общественностью в международной сфере*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.Э.4.2 Мастер-класс - Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных и муниципальных структур, Б1.Д.В.Э.5.2 Брендинг территории*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3-В-1 ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3-В-2 ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<b>Знать:</b> сущность и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса <b>Уметь:</b> использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Владеть:</b> навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	8 семестр	9 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>216</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>8,25</b>	<b>9,25</b>	<b>17,5</b>
Лекции (Л)	4	4	8
Практические занятия (ПЗ)	4	4	8
Консультации		1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25	0,5
<b>Самостоятельная работа:</b> - <i>написание реферата (Р);</i> - <i>написание эссе (Э);</i> - <i>самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);</i> - <i>подготовка к практическим занятиям</i>	<b>99,75</b>	<b>98,75</b>	<b>198,5</b>
<b>Вид итогового контроля</b>	<b>зачет</b>	<b>экзамен</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Международное коммуникативное пространство	54	2	2		50
2	Реклама и PR на мировом рынке	54	2	2		50
	Итого:	108	4	4		100

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	PR в межкультурных коммуникациях	54	2	2		50
	Международные коммуникационные агентства. Особенности работы рекламных и PR-агентств на международном рынке	54	2	2		50
	Итого:	108	4	4		100
	Всего:	216	8	8		200

### 4.2 Содержание разделов дисциплины

#### 1 Международное коммуникативное пространство

Уровни коммуникативного пространства: глобальный, национальный, региональный

Факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций. Западная и Восточная деловые культуры. Межкультурные коммуникации. Кросскультурные коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации на международном рынке.

## 2 Реклама и PR на мировом рынке

Международная реклама. Национальный креатив – особенности стран мира (США, Великобритания, Бразилия, Аргентина, Канада, Франция, Германия, Нидерланды, Ирландия, Южная Африка, Австралия, Новая Зеландия, Япония, Индия, Тайланд). Реклама по-арабски. Реклама по-китайски. Азиатский креатив. Образ России в мировой рекламе. Советская реклама. Лучшая российская реклама. Международная реклама в Интернете. Структура современной медиасистемы. Связи с общественностью в мультикультурной среде.

## 3 PR в межкультурных коммуникациях

Основные принципы связей с общественностью на внешних рынках. Культурные различия: критерии, содержание и значение в PR. Российский PR в международном контексте. Роль межкультурной компетенции для PR-кампаний.

## 4 Международные коммуникационные агентства. Особенности работы рекламных и PR-агентств на международном рынке

BBDO Worldwide, BBDO Group и холдинг Omnicom. Ogilvy & Mather Worldwide, SPN Ogilvy. SPN Ogilvy PR – финалист международной премии SABRE Awards. Fleishman-Hillard Vanguard, Fleishman-Hillard Inc (Omnicom Group Inc), Vanguard PR. Presidium Communications Group, г. Москва. Business Communications Agency, г.Москва. BCA Marketing, г. Санкт-Петербург. Willard Group. Трудности перевода рекламных слоганов. Адаптация логотипов. Адаптация рекламных роликов. Адаптация названий торговых марок. Письменный и устный PR-перевод для иностранной аудитории. Инструменты этнического маркетинга. Стратегия запуска новой продукции на внешние рынки

### 4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Международное коммуникативное пространство	2
2	2	Реклама и PR на мировом рынке	2
3	3	PR в межкультурных коммуникациях	2
4	4	Международные коммуникационные агентства. Особенности работы рекламных и PR-агентств на международном рынке	2
		Итого:	8

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709>

Цветкова, Г.С. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Г.С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный технологический университет». - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 108 с. : ил. - Библиогр.: с. 99 - 101. - ISBN 978-5-8158-1998-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305>

### 5.2 Дополнительная литература

Храмченко, В.Е. Деловое общение с зарубежными партнёрами : учебное пособие / В.Е. Храмченко. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 110 с. - ISBN 978-5-8353-1520-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232400](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232400)

Худоренко, Е.А. Коммуникационные технологии международных корпораций : учебное пособие / Е.А. Худоренко. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 335 с. - ISBN 978-5-374-00176-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90920](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90920)

Персикова, Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учебное пособие / Т.Н. Персикова. - М. : Логос, 2008. - 114 с. - ISBN 978-5-98704-127-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84788](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84788)

Боголюбова, Н.М. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен : учебное пособие / Н.М. Боголюбова, Ю.В. Николаева. - СПб. : Издательство «СПбКО», 2009. - 416 с. - ISBN 978-5-903983-10-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209858](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209858)

Котов, В.Д. Кросс-культурные процессы и массовая коммуникация / В.Д. Котов. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 98 с. - ISBN 978-5-504-00234-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140549)

Тангалычева, Р.К. Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации / Р.К. Тангалычева. - СПб. : Алетейя, 2012. - 247 с. - ISBN 978-5-91419-713-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=110113](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=110113)

### 5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»

PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ

PUBLISH/ Паблиш: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»

Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА

Маркетинг: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»

Маркетинговые коммуникации: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"

Советник : журнал. - М. : Агенство "Роспечать"

РБК: журнал. – М.: ООО «БизнесПресс»

Коммерсантъ : газета. - М. : Агентство "Роспечать"

### 5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.integrum.ru/> - система предоставляет возможности поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральных и региональных СМИ России. База обновляется ежедневно, опережая появление газет и журналов на прилавках, фактографический подход делает невозможным изъятие из неё какой-либо информации.

<http://www.regnum.ru/> - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

<http://www.medialogia.ru/> - информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги.

<http://www.public.ru/> - полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ.

<https://openedu.ru/> - онлайн курсы ведущих вузов России.

<https://universarium.org/> - открытая система электронного образования.

<http://advertology.ru/> - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

<http://www.prnews.ru/> - сайт компании PR News – лидера в в области исследования компаний, мониторинг СМИ, медианалитика, коммуникационные исследования.

<http://www.raso.ru/> - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

<http://www.eaeunion.org/> - интернет-портал Евразийского экономического Союза (ЕАЭС), официальная информация, органы управления, актуальные события.

<http://www.rbc.ru/> - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

<http://www.forbes.ru/> - русское издание журнала «Forbes», аналитические статьи, актуальная экономическая и политическая информация.

<http://www.media-atlas.ru/> - обзор и анализ российской медиаиндустрии, аналитические статьи о медиарынке, рекламном рынке, поиск (атлас) специализированной информации (по стране и регионам).

<http://www.bie-paris.org/site/en/> - сайт Международного Бюро выставок, информация об организации Всемирных выставок, архивные материалы, предстоящие выставки.

## **5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий**

### **Лицензионное программное обеспечение**

Операционная система MicrosoftWindows

Пакет настольных приложений MicrosoftOffice (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций AdobePageMaker 7.0.2

### **Свободное программное обеспечение**

1. Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений ApacheOpenOffice. Предоставляется по лицензии ApacheLicense 2.0. Разработчик: ApacheSoftwareFoundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- Кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и MozillaPublicLicense. Разработчик: TheDocumentFoundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF AdobeReader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: AdobeSystems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

2. Графические редакторы, издательские системы:

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: BlenderFoundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU ImageManipulationProgram). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

## **6 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.