

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет русской филологии, журналистики и медиатехнологий

Кафедра отечественной и международной журналистики

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий
А.А. Рахимов
« 27 » 01 * 2026 г.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
PR и межкультурная коммуникация

Направление – 42.03.02 «Журналистика»
Профиль подготовки – «История и теория системы СМИ»
Уровень подготовки - бакалавриат
3 курс

Душанбе - 2026 г.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине PR и межкультурная коммуникация

№ п/ п	Контролируемые разделы, темы*	Формируемые компетенции*	Индикаторы достижения компетенции*	Оценочные средства*	
				Количество тестовых заданий/во просов к экзамену/за чету /зачету (с оценкой)	Другие оценочные средства
					Вид
1.	Основные термины, принципы и функции PR в контексте гражданского общества.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную	20	Доклад, обсуждение

			ответственность за результат		
2.	Целевая аудитория и сегментация в PR для гражданского общества	ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	20	Рабочая тетрадь
3.	Коммуникационные стратегии для социальных проектов	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели	20	Презентация

			ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат		
4.	4. PR и социальные медиа в гражданском обществе	ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	20	Доклад, СРС
5.	Оценка эффективности PR-кампаний в гражданском обществе Методы анализа и измерения эффективности коммуникаций.	ПК-3 Способен организовывать и координировать деятельность подразделений и участников рекламной и PR-деятельности	ИПК-3.1. Планирует и организует работу рекламных и PR-подразделений. ИПК-3.2. Координирует взаимодействие с заказчиками, СМИ и партнерами. ИПК-3.3. Контролирует выполнение задач и оценивает эффективность работы.	20	
Всего:				100	

Приложение 6

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Тематика конспектов Темы для письменного анализа, отзыва, комментариев

2.	Дискуссия Обсуждение	Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения дискуссии
3.	Презентация	Оценочное средство, позволяющее оценить умение обучающихся анализировать, работать с большим количеством данных, в том числе мультимедийных, выделять среди них наиболее важное, тезисно и наглядно, используя различные медиа, представлять ключевые идеи, доносить до аудитории полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке презентации
4.	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке творческого задания
5.	Доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Тематика занятия и рекомендации по подготовке доклада
6.	Анализ	Метод исследования путем расчленения исследуемого предмета или явления, рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей изучаемого предмета, вопроса, проблемы; противоположным понятием является «синтез». Для грамотного анализа темы следует внимательно изучить текст, постичь и изложить главную мысль, идею, основные положения, сделать и изложить выводы.	Тематика заданий для анализа
7.	Ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
8.	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий

МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики

Рабочая тетрадь

по дисциплине **PR и гражданское общество**

Тематика:

- 1. Понятие PR и его роль в гражданском обществе**
Источник: Будагов, Ю. В. *Связи с общественностью и гражданское общество.* – СПб.: Питер, 2020. **Конспект темы**
- 2. История развития PR в социальных проектах и НКО**
Источник: Гавра, Д. П. *Теория и практика PR в социальных проектах.* – СПб.: Питер, 2019. **Конспект темы**
- 3. Целевая аудитория и сегментация в PR для гражданского общества**
Источник: Карпова, И. А. *PR и социальные коммуникации.* – М.: Академический проект, 2022. **Конспект темы**
- 4. Этика и социальная ответственность в PR**
Источник: Мартынов, В. А. *PR и социальная ответственность.* – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. **Конспект темы**
- 5. Работа со СМИ и партнерами в PR социального проекта**
Источник: Сорокин, Д. Н. *PR для НКО: стратегии и инструменты.* – М.: Аспект Пресс, 2021. **Конспект темы**
- 6. PR в цифровых медиа и социальных сетях**
Источник: Андреев, А. П. *PR и социальные медиа в гражданском обществе.* – М.: Юрайт, 2022. **Конспект темы**
- 7. Оценка эффективности PR-кампаний и антикризисные коммуникации**
Источник: Чумаков, А. В. *Эффективные коммуникации в гражданском обществе.* – М.: ВШЭ, 2022. **Конспект темы**

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы; точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы,

- оценка «хорошо» ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; за использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной литературы,

рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.

- оценка «удовлетворительно» ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций.;

- оценка «неудовлетворительно» присуждается если студент имеет фрагментарные знания; за отказ от ответа; знание отдельных рекомендованных источников; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

Оформление тем для круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)
МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики
Перечень тем для дискуссий

по дисциплине **PR и гражданское общество**

Темы для дискуссий

1. Роль PR в формировании гражданской активности: этично ли стимулировать участие аудитории?
2. Влияние PR на общественное мнение: где проходит граница между информированием и манипуляцией?
3. Социальная ответственность НКО и PR: в чем заключается этический долг специалистов?
4. PR в кризисных ситуациях: допустимо ли скрывать или приукрашивать информацию?
5. Использование социальных сетей для продвижения социальных проектов: плюсы и минусы.
6. Работа с медиа и блогерами: где заканчивается профессиональная этика и начинается коммерческая выгода?
7. Нативная реклама и скрытые методы продвижения: этическая оценка для НКО.
8. PR для волонтерских и благотворительных инициатив: как избежать давления на аудиторию?
9. Цифровые технологии и аналитика в PR: этика сбора и использования данных граждан.
10. Международные стандарты и кодексы этики в PR: можно ли их полностью применять в местных социальных проектах?
11. Манипуляция чувствами аудитории в социальных кампаниях: допустима ли она ради благой цели?
12. Влияние PR на формирование имиджа гражданского общества и доверия к институтам.
13. Этические дилеммы при продвижении спорных социальных инициатив (например, экологических или политических).
14. Баланс интересов организации и общества: как PR-специалист принимает решения?
15. Перспективы развития PR в гражданском обществе в эпоху цифровизации: вызовы и риски.

Оформление тем для эссе (рефератов, докладов, сообщений)

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра отечественной и международной журналистики

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

по дисциплине **PR и гражданское общество**

1. **История становления и развития межкультурной коммуникации как научной дисциплины** —
Холл Э. *Скрытое измерение*. — М.: Академический проект, 2004.
2. **Понятие культуры в контексте коммуникации и связей с общественностью** —
Самовар Л., Портер Р., Макдэниел Э. *Межкультурная коммуникация*. — СПб.: Питер, 2012.
3. **Теория контекстности культуры Э. Холла и её применение в PR-деятельности** —
Hall E. T. *Beyond Culture*. — New York: Anchor Books, 1976.
4. **Модель культурных измерений Г. Хофстеде и анализ культурных различий** —
Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. — New York: McGraw-Hill, 2010.
5. **Национальные особенности деловой коммуникации в разных странах** —
Льюис Р. Д. *Когда культуры сталкиваются*. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
6. **Межкультурные барьеры в коммуникации и способы их преодоления** —
Гудикунст У. *Межкультурная коммуникация: теория и практика*. — СПб.: Питер, 2008.
7. **Этические нормы и принципы толерантности в межкультурном PR** —
Cutlip S., Center A., Broom G. *Effective Public Relations*. — Upper Saddle River: Pearson, 2012.
8. **Адаптация PR-сообщений и контента для различных культурных аудиторий** —
Wilcox D., Cameron G. *Public Relations: Strategies and Tactics*. — Boston: Pearson, 2014.
9. **Роль вербальных и невербальных средств в межкультурной коммуникации** —
Крейдли Г. Е. *Невербальная семиотика*. — М.: Новое литературное обозрение, 2002.
10. **Язык, перевод и локализация PR-текстов в международной практике** —
Newmark P. *A Textbook of Translation*. — New York: Prentice Hall, 1988.
11. **Использование социальных сетей в межкультурных PR-коммуникациях** —
Solis B. *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. — Hoboken: Wiley, 2011.
12. **Особенности кризисных коммуникаций в международной среде** —
Coombs W. T. *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. — Thousand Oaks: Sage, 2015.

13. **Формирование имиджа и репутации в межкультурном контексте** —
Fombrun C. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. — Boston: Harvard Business School Press, 1996.
14. **Работа PR-специалиста в международных и межкультурных командах** —
Trompenaars F., Hampden-Turner C. *Riding the Waves of Culture*. — London: Nicholas Brealey, 2012.
15. **Современные тенденции и вызовы межкультурной коммуникации в PR-деятельности** —
Sriramesh K., Vercic D. *Global Public Relations Handbook*. — New York: Routledge, 2019.

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра международной и отечественной журналистики

ТЕМЫ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ
по дисциплине «PR и гражданское общество»

1. Межкультурная коммуникация как основа современной PR-деятельности
2. Культура и коммуникация: влияние национальных и социокультурных факторов на PR
3. Теория контекстности культуры Эдварда Холла в практике PR
4. Модель культурных измерений Г. Хофстеде и её значение для международного PR
5. Межкультурные барьеры в PR-коммуникациях и пути их преодоления
6. Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации в PR
7. Этические нормы и принципы толерантности в межкультурных PR-проектах
8. Адаптация PR-сообщений и медиаконтента для различных культурных аудиторий
9. Социальные сети как инструмент межкультурных PR-коммуникаций
10. Кризисные коммуникации в международной и межкультурной PR-практике

Список литературы:

- a. Холл Э. *Скрытое измерение*. — М.: Академический проект, 2004.
- b. Холл Э. *За пределами культуры*. — М.: Академический проект, 2001.
- c. Самовар Л., Портер Р., Макдэниел Э. *Межкультурная коммуникация*. — СПб.: Питер, 2012.
- d. Гудикунст У. *Межкультурная коммуникация: теория и практика*. — СПб.: Питер, 2008.
- e. Хофстеде Г., Хофстеде Г. Й., Минков М. *Культуры и организации: программное обеспечение разума*. — СПб.: Питер, 2015.
- f. Льюис Р. Д. *Когда культуры сталкиваются: как различия в национальных культурах влияют на бизнес*. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
- g. Крейдлин Г. Е. *Невербальная семиотика*. — М.: Новое литературное обозрение, 2002.
- h. Катлип С., Сентер А., Брум Г. *Паблик рилейнз. Теория и практика*. — М.: Вильямс, 2001.
- i. Виханский О. С., Наумов А. И. *Менеджмент*. Раздел «Организационная культура и коммуникации». — М.: Магистр, 2014.
- j. Почепцов Г. Г. *Паблик рилейнз для профессионалов*. — М.: Рефл-бук, 2003.

МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики

Перечень вопросов к устному опросу

по дисциплине **PR и гражданское общество**

Промежуточный контроль знаний №1

1. Понятие межкультурной коммуникации и её значение для PR-деятельности.
2. Культура как фактор коммуникации: основные подходы к определению культуры.
3. История становления межкультурной коммуникации как научной дисциплины.
4. Вклад Эдварда Холла в развитие теории межкультурной коммуникации.
5. Понятие высококонтекстных и низкоконтекстных культур.
6. Теория культурных измерений Г. Хофстеде: сущность и основные параметры.
7. Индивидуализм и коллективизм как культурные характеристики.
8. Дистанция власти и её влияние на коммуникацию в организациях.
9. Роль национальных и социокультурных различий в PR-коммуникациях.
10. Значение межкультурной компетентности PR-специалиста.

Контрольное задание № 1

Задание:

Подготовить краткий аналитический ответ (1–1,5 страницы) на тему:

«Влияние культурных различий на эффективность PR-коммуникации (на примере двух стран)».

Требования:

- использовать одну из теоретических моделей (Холл или Хофстеде);
- привести не менее одного практического примера;
- сделать выводы.

Промежуточный контроль знаний №2

Контрольные вопросы:

1. Межкультурные барьеры в коммуникации: виды и причины возникновения.
2. Вербальные средства межкультурной коммуникации в PR.
3. Невербальные средства коммуникации и их роль в международном PR.
4. Этические нормы и принципы толерантности в межкультурных PR-проектах.
5. Адаптация PR-сообщений для различных культурных аудиторий.
6. Язык, перевод и локализация в международной PR-практике.
7. Использование социальных сетей в межкультурных PR-коммуникациях.
8. Особенности кризисных коммуникаций в международной среде.
9. Формирование имиджа и репутации организации в межкультурном контексте.
10. Работа PR-специалиста в международных и межкультурных командах.

Контрольное задание № 2

Задание:

Разработать мини-кейс (презентация 5–7 слайдов или письменный вариант до 2 страниц) на тему:

«Адаптация PR-кампании для международной аудитории».

Требования:

- определить целевую страну/культуру;
- описать возможные межкультурные риски;
- предложить PR-решения с учётом культурных особенностей.

ФОНД ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

по дисциплине PR и гражданское общество (прилагается в эл. виде)

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы; точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы. Созданный и представленный на занятии журналистский материал будет оцениваться с точки зрения следующих критериев: оригинальные название и слоган; продуманная тематика; разные виды рубрик; жанровое разнообразие; интерактивность.
- оценка «хорошо» ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; за использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.
- оценка «удовлетворительно» ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций;
- оценка «неудовлетворительно» присуждается если студент имеет фрагментарные знания; за отказ от ответа; знание отдельных рекомендованных источников; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

Составитель _____ ст.пр., к.ф.н. Низомова С.А.

01.09.2025 г.

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ И КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ)**

- Что понимается под межкультурной коммуникацией?
- Какова роль межкультурной коммуникации в PR-деятельности?
- Понятие культуры и её основные функции в коммуникации.
- Основные этапы становления межкультурной коммуникации как научной дисциплины.
- Вклад Э. Холла в развитие теории межкультурной коммуникации.
- Сущность теории высококонтекстных и низкоконтекстных культур.
- Основные культурные измерения в модели Г. Хофстеде.
- Понятие индивидуализма и коллективизма и их влияние на PR-коммуникации.
- Дистанция власти как фактор организационной и деловой коммуникации.
- Национальные особенности делового общения в разных культурах.
- Понятие межкультурных барьеров и причины их возникновения.
- Способы преодоления межкультурных барьеров в PR.
- Роль вербальных средств в межкультурной коммуникации.
- Значение невербальных средств коммуникации в международном PR.
- Этические нормы и принципы толерантности в межкультурных коммуникациях.
- Особенности адаптации PR-сообщений для различных культурных аудиторий.
- Язык и перевод в международной PR-практике.
- Понятие локализации PR-контента и её значение.
- Использование социальных сетей в межкультурных PR-коммуникациях.
- Специфика кризисных коммуникаций в международной среде.
- Формирование имиджа организации в межкультурном контексте.
- Репутация и доверие в международных коммуникациях.

- Роль PR-специалиста в международных и межкультурных командах.
- Межкультурная компетентность: структура и основные компоненты.
- Современные тенденции и вызовы межкультурной коммуникации в PR.

Практические и аналитические задания

1. Проанализируйте рекламное сообщение (печатное, цифровое или видеоролик) с точки зрения соблюдения профессиональных этических норм.
2. Проведите этическую оценку PR-материала (пресс-релиз, пост в соцсетях, публичное заявление).
3. Сравните два этических кодекса в сфере PR или рекламы и выделите их общие и отличительные положения.
4. Рассмотрите пример этической дилеммы в рекламе или PR и предложите возможные варианты её решения.
5. Подготовьте рекламный текст или PR-сообщение с соблюдением принципов честности, прозрачности и социальной ответственности.
6. Проанализируйте пример нативной рекламы и оцените её с точки зрения этичности.
7. Оцените использование визуальных образов и символов в рекламном сообщении с точки зрения этики.
8. Разработайте рекомендации по этичному взаимодействию PR-специалиста со СМИ.
9. Проанализируйте влияние рекламной или PR-кампании на общественное мнение и социальные ценности.
10. Рассмотрите пример кризисной ситуации и предложите этически обоснованную стратегию антикризисных коммуникаций.

Практические и аналитические задания

1. Проанализировать значение межкультурной коммуникации в современной PR-деятельности и привести примеры из практики.
2. Сравнить особенности коммуникации двух стран (по выбору) с использованием модели Э. Холла или Г. Хофстеде.
3. Проанализировать влияние культурных различий на эффективность PR-коммуникаций.
4. Адаптировать PR-сообщение (пресс-релиз, пост в социальных сетях) для двух различных культурных аудиторий.
5. Проанализировать роль вербальных средств в межкультурной PR-коммуникации.
6. Рассмотреть значение невербальных средств коммуникации (жесты, дистанция, визуальные символы) в международном PR.
7. Проанализировать межкультурные барьеры в коммуникации и предложить способы их преодоления.
8. Рассмотреть этическую дилемму в межкультурном PR-кейсе и предложить возможные решения.
9. Проанализировать использование социальных сетей в межкультурных PR-коммуникациях международной компании.
10. Подготовить мини-кейс по адаптации PR-кампании для международной аудитории.
11. Проанализировать особенности кризисных коммуникаций в межкультурной среде.
12. Рассмотреть формирование имиджа и репутации организации в межкультурном контексте.

13. Проанализировать роль PR-специалиста в международных и межкультурных командах.
14. Оценить влияние языковых и переводческих факторов на эффективность PR-текстов.
15. Проанализировать современные тенденции и вызовы межкультурной коммуникации в PR-деятельности.

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контрольные вопросы и задание для промежуточного контроля знаний №1:

1. Понятие этики коммуникаций и профессиональной этики.
2. Специфика этики в сфере рекламы и связей с общественностью.
3. Основные принципы профессиональной этики PR- и рекламного специалиста.
4. История формирования этических норм в рекламе и PR.
5. Международные и национальные этические кодексы в сфере коммуникаций.
6. Роль профессиональных этических кодексов в регулировании деятельности специалистов.
7. Этические требования к рекламным сообщениям.
8. Манипуляция и убеждение в рекламе и PR: этические границы.
9. Социальная ответственность рекламы и PR.
10. Конфликт интересов в профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям.

Задание для контроля №1

Практическое:

Провести анализ рекламного или PR-материала (по выбору студента) с точки зрения соблюдения профессиональных этических норм. В отчёте отразить цель коммуникации, целевую аудиторию, выявленные этические проблемы и предложенные рекомендации.

Промежуточный контроль знаний №2

Контрольные вопросы

1. Этика взаимодействия PR-специалиста со средствами массовой информации.
2. Этические дилеммы в профессиональной деятельности: виды и способы разрешения.
3. Этическая оценка рекламных и PR-кампаний.
4. Этика цифровых коммуникаций и социальных сетей.
5. Этические аспекты использования персональных данных в рекламе и PR.
6. Нативная реклама и скрытый PR: этическая оценка.
7. Антикризисные коммуникации и профессиональная этика.
8. Ответственность коммуникационного специалиста в условиях кризиса.
9. Роль саморегулирования в сфере рекламы и PR.
10. Современные вызовы и перспективы развития этики коммуникаций.

Задание для контроля №2

Практическое:

Разработать краткий антикризисный коммуникационный план для условной организации с учетом профессиональных этических норм. В работе указать возможную кризисную ситуацию, целевые аудитории, ключевые сообщения и этические принципы реагирования.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ИТОГОВЫХ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ)

1. Понятие и сущность межкультурной коммуникации.
2. Роль межкультурной коммуникации в системе связей с общественностью.
3. Культура как фактор коммуникации: основные подходы и определения.
4. История становления и развития межкультурной коммуникации как научной дисциплины.
5. Вклад Эдварда Холла в развитие теории межкультурной коммуникации.
6. Теория высококонтекстных и низкоконтекстных культур Э. Холла.
7. Понятие времени и пространства в межкультурной коммуникации.
8. Модель культурных измерений Г. Хофстеде: характеристика и значение.
9. Индивидуализм и коллективизм как параметры культуры.
10. Дистанция власти и её влияние на деловую и PR-коммуникацию.
11. Национальные особенности деловой коммуникации в разных странах.
12. Межкультурные барьеры в коммуникации: виды и причины возникновения.
13. Способы преодоления межкультурных барьеров в PR-деятельности.
14. Роль вербальных средств в межкультурной коммуникации.
15. Значение невербальных средств коммуникации в международном PR.
16. Этические нормы и принципы толерантности в межкультурных PR-коммуникациях.
17. Адаптация PR-сообщений для различных культурных аудиторий.
18. Язык, перевод и локализация в международной PR-практике.
19. Использование социальных сетей в межкультурных PR-коммуникациях.
20. Особенности кризисных коммуникаций в международной среде.
21. Формирование имиджа организации в межкультурном контексте.
22. Управление репутацией в международных коммуникациях.
23. Роль PR-специалиста в международных и межкультурных командах.
24. Понятие межкультурной компетентности и её основные компоненты.
25. Современные тенденции и вызовы межкультурной коммуникации в PR-деятельности.