

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

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



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

PR и межкультурная коммуникация

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки – Рекламная деятельность

Форма подготовки – очная

Уровень подготовки – бакалавриат

3курс

ДУШАНБЕ – 2026

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 524 от 08.06.2017 г.

При разработке рабочей программы учитываются

- требования работодателей, профессиональных стандартов по направлению;
- содержание программ дисциплин, изучаемых на предыдущих и последующих этапах обучения;
- новейшие достижения в данной предметной области.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры отечественной и международной журналистики, протокол № 6 от 23.01. 2026 г.

Рабочая программа утверждена УМС факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

Рабочая программа утверждена Ученым советом факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий, протокол № 6 от 26.01.2026 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цели изучения дисциплины:

Цель изучения дисциплины «PR и межкультурная коммуникация» заключается в формировании обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области связей с общественностью в условиях межкультурного взаимодействия, развитие способности эффективно планировать и реализовывать PR-коммуникации с учётом культурных различий, национальных традиций, ценностей, норм поведения и коммуникативных кодов различных культурных сообществ в профессиональной деятельности.

1.2. Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины формулируются в соответствии с требованиями ФГОС, предъявляемые к компетенциям обучающегося бакалавра.

- раскрыть сущность и основные понятия межкультурной коммуникации в системе связей с общественностью;
- изучить культурные различия, ценности, нормы и модели поведения, влияющие на коммуникационные процессы;
- сформировать представление о межкультурных барьерах и способах их преодоления в PR-деятельности;
- освоить методы анализа целевых аудиторий в многонациональной и мультикультурной среде;
- развить навыки разработки и адаптации PR-стратегий и сообщений с учётом культурного контекста;
- научить применять этические нормы и принципы толерантности в межкультурных коммуникациях;
- сформировать умения работы в международных и межкультурных командах;
- развить способность оценки эффективности PR-коммуникаций в межкультурной среде.

Требование к результатам освоения дисциплины:

- Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код	Результаты освоения ОПОП Содержанием компетенций (в соответствии с ФГОС) и ОПОП	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Вид оценочного средства
УК-3	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	Творческое задание. Презентация

		<p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	
ПК-3	. Способен организовывать и координировать деятельность подразделений и участников рекламной и PR-деятельности	<p>ИПК-3.1. Планирует и организует работу рекламных и PR-подразделений.</p> <p>ИПК-3.2. Координирует взаимодействие с заказчиками, СМИ и партнерами.</p> <p>ИПК-3.3. Контролирует выполнение задач и оценивает эффективность работы.</p>	<p>Творческое задание.</p> <p>Презентация</p>
ПК-4	ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	<p>ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения.</p> <p>ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации.</p> <p>ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.</p>	<p>Творческое задание.</p> <p>Презентация</p>
ПК-5	ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	<p>ИПК-5.1. Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности.</p> <p>ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации.</p> <p>ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов.</p>	<p>Творческое задание.</p> <p>Презентация</p> <p>Творческое задание.</p> <p>Презентация</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Курс «**PR и межкультурная коммуникация**» является частью, формируемой участниками образовательных отношений д (Б1.В.ДВ.04.02) и является обязательным составным элементом концептуальной модели подготовки современного журналиста и рассчитан на один семестр. Дисциплина читается на втором курсе студентам отделения журналистики филологического факультета. Задача курса заключается в формировании

теоретических знаний о сущности, функциях и видах рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина изучается в 4 семестре, логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами ОПОП, указанных в таблице 2:

Таблица 2.

№	Название дисциплины	Семестр	Место дисциплины в структуре ОПОП
1.	Создание бренда с нуля	III	Б1.В.03
2.	История коммуникаций	III	Б1.В.04
3.	История рекламы и связей с общественностью	IV	Б1.В.05
4.	Социальный маркетинг	VIII	Б1.В.06
5.	Технологии рекламы и связей с общественностью	III	Б1.В.11
6.	Этика коммуникаций (профессиональная этика в PR и рекламе)	VI	Б1.В.10

При освоении данной дисциплины необходимы умения и готовность («входные» знания) обучающегося по дисциплинам 1, 2, 3, 4, 5, 6 указанных в Таблице 2.

Теоретическое и практическое освоение данной дисциплины является необходимым, как предшествующее, для прохождения практики.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА, КРИТЕРИИ НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ

Объем дисциплины «PR и гражданское общество» составляет 3 зачетных единицы; всего 216 часов, из которых: лекции – 16 часов, практические занятия- 16 часа, КСР –16 часа, СРС –60 часа, контроль –0ч.. Всего часов аудиторной нагрузки – 78 **в том числе в интерактивной форме –16 часов, в форме практической подготовки 14 –часов.. Зачет –7 семестр**

Объем дисциплины «PR и гражданское общество» составляет 3 зачетных единицы; всего 216 часов, из которых: лекции – 10 часов, практические занятия- 12 часа, КСР –8 часа, СРС –78 часа, контроль –0ч.. Всего часов аудиторной нагрузки – 78 **в том числе в интерактивной форме –16 часов, в форме практической подготовки 14 –часов.. Зачет -8 семестр.**

Таблица 3.

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Литература	
		Лек.	Пр.	КСР	Контр	СРС		
7 семестр								
1	Межкультурная коммуникация как научная и профессиональная область – Понятие и предмет межкультурной	2			6	3	1, 4	

	коммуникации – Роль межкультурной коммуникации в системе PR		2					
2	Культура и коммуникация – Ценности, нормы и традиции как основы культуры – Культурные коды и символы в коммуникации	2		2	6	3	4, 7	
3	Типологии культур и модели межкультурных различий – Концепция контекстности культуры Э. Холла – Модель культурных измерений Г. Хофстеде	2				3	4, 7, 10	
4	Национальные и региональные особенности коммуникационного поведения – Особенности деловой коммуникации в различных культурах – Коммуникативные стили и модели поведения			2	6	3	4, 7, 12, 13	
5	Межкультурные барьеры и конфликты в PR-деятельности – Причины возникновения межкультурных барьеров – Способы предотвращения и разрешения конфликтов	2		2	6	3	12, 13	
6	Этика и толерантность в межкультурных коммуникациях – Этические принципы международного PR – Формирование культуры толерантности	2		2	4	3	4, 5	
7	Межкультурные аспекты формирования имиджа и репутации – Национальный имидж и бренд страны	2	2		4	3	4, 11, 15	

	– Корпоративная репутация в международной среде							
8	Международный PR и глобальные коммуникационные стратегии – Особенности планирования международных PR-кампаний – Глобальные и локальные коммуникационные подходы	2	2		4	3	4, 5, 16	
	ИТОГО: Лек--16 Прак16 КСР-16 СРС-78 Контроль -0 ВСЕГО-	16	16	16	0	60		
8 семестр								
1.	Адаптация PR-сообщений для разных культурных аудиторий – Локализация контента и культурная адаптация – Работа с визуальными и текстовыми сообщениями							
2.	Вербальные и невербальные средства межкультурной коммуникации – Речь, язык и стиль общения – Жесты, мимика и проксемика							
3.	Язык и перевод в международных PR-коммуникациях – Особенности перевода PR-текстов – Межкультурные риски и ошибки перевода Цифровая среда и социальные сети в межкультурном PR – Онлайн-коммуникации в глобальном пространстве – Культурные особенности цифрового поведения							
4.	Цифровая среда и социальные сети в межкультурном PR – Онлайн-коммуникации в глобальном пространстве							

	– Культурные особенности цифрового поведения							
5.	Кризисные коммуникации в межкультурном контексте – Специфика кризисов в международной среде – Антикризисные стратегии с учётом культурных факторов							
6.	Работа PR-специалиста в межкультурной команде – Межкультурное лидерство и командное взаимодействие – Управление коммуникациями в международных проектах							
7.	Оценка эффективности PR-коммуникаций в межкультурной среде – Критерии и показатели эффективности – Анализ и интерпретация результатов							
8.	Современные тенденции и вызовы межкультурной коммуникации в PR – Глобализация и цифровая трансформация – Новые риски и профессиональные компетенции							
	ИТОГО: Лек--10 Прак12 КСР-8 СРС-78 Контроль -0 ВСЕГО-	10	12	8		78		

Формы контроля и критерии начисления баллов

Контроль усвоения студентом каждой темы осуществляется в рамках балльно-рейтинговой системы (БРС), включающей текущий, рубежный и итоговый контроль. Обучающиеся по кредитно-рейтинговой системе обучения, могут получить максимально возможное количество баллов - 300. Из них на текущий и рубежный контроль выделяется 200 баллов или 49% от общего количества.

На итоговый контроль знаний студентов выделяется 51% или 100 баллов.

Порядок выставления баллов: 1-й рейтинг (1-8 неделя по 12,5 баллов = итого 100 баллов), 2-й рейтинг (9-16 неделя по 12,5 баллов = итого 100 баллов), итоговый контроль 100 баллов.

В случае пропуска студентом занятий по уважительной причине (при наличии подтверждающего документа) в период академической недели, деканат факультета обращается к проректору по учебной работе с представлением об отработке студентом

баллов за пропущенные дни по каждой отдельной дисциплине с последующим внесением их в электронный журнал.

Итоговая форма контроля по дисциплине (экзамен) проводится в традиционной (устной) форме.

Таблица 4.

Неделя	Активное участие на лекционных занятиях, написание конспекта и выполнение других видов работ*	Активное участие на практических занятиях, КСР (семинары)	КСР Написание реферата, доклада, эссе Выполнение других видов работ	Выполнение положения высшей школы (установленная форма одежды, наличие рабочей папки, а также других пунктов устава высшей школы)	РК№1	Всего
1	2	3	4	5	6	7
1	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
2	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
3	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
4	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
5	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
6	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
7	3	4,5	2,5	2,5	-	12,5
8					12,5	12,5
Первый рейтинг	21	31,5	17,5	17,5	12,5	100

Формула вычисления результатов дистанционного контроля и итоговой формы контроля по дисциплине за семестр:

$$ИБ = \left[\frac{(P_1 + P_2)}{2} \right] \cdot 0,49 + Эи \cdot 0,51$$

, где ИБ – итоговый балл, P_1 – итоги первого рейтинга, P_2 – итоги второго рейтинга, Эи – результаты итоговой формы контроля (экзамен).

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

4.1.1. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Объем СР	Тема КСР	Вид результатов самостоятельно	форма контроля
-------	----------	----------	--------------------------------	----------------

	С в ч.		й работы	
7 семестр				
1.	6	• История становления и развития межкультурной коммуникации как научной дисциплины.	презентация	выступление
2.	6	• Понятие культуры в контексте коммуникации и связей с общественностью.	презентация	выступление
3.	6	• Теория контекстности культуры Э. Холла и её применение в PR-деятельности.	презентация	выступление
4.	6	• Модель культурных измерений Г. Хофстеде и анализ культурных различий.	презентация	выступление
5.	6	• Национальные особенности деловой коммуникации в разных странах.	презентация	выступление
6.	6	• Межкультурные барьеры в коммуникации и способы их преодоления.	презентация	выступление
7.	6	• Этические нормы и принципы толерантности в межкультурном PR.	презентация	выступление
8.	6	• Адаптация PR-сообщений и контента для различных культурных аудиторий.	презентация	выступление
9.	6	• Роль вербальных и невербальных средств в межкультурной коммуникации.	презентация	выступление
10.	4	• Язык, перевод и локализация PR-текстов в международной практике.	презентация	выступление
11.	4	• Использование социальных сетей в межкультурных PR-коммуникациях.	презентация	выступление
12.	4	• Особенности кризисных коммуникаций в международной среде.	презентация	выступление
13.	4	• Формирование имиджа и репутации в межкультурном контексте.	презентация	выступление
14.	4	• Работа PR-специалиста в международных и межкультурных командах.	презентация	выступление
15.	4	• Современные тенденции и вызовы межкультурной коммуникации в PR-деятельности.	презентация	выступление
	78	Итого		
8 семестр				
1	4	Роль национальных стереотипов в межкультурных PR-коммуникациях.		
2	4	Культурные различия в восприятии рекламы и PR-сообщений.		
3	4	Межкультурные особенности корпоративной коммуникации международных компаний.		
4	4	Гендерные аспекты межкультурной коммуникации в PR.		

5	4	Межкультурная специфика публичных выступлений и презентаций.		
6	4	Роль визуальных образов и символов в межкультурных коммуникациях.		
7	4	Межкультурные различия в медиапотреблении и работе со СМИ.		
8	4	Национальные особенности кризисных коммуникаций (сравнительный анализ).		
9	4	PR и дипломатия: публичная дипломатия в межкультурном контексте.		
10	4	Коммуникационные ошибки в международных PR-кампаниях: анализ кейсов.		
11	4	Влияние религиозных и этических факторов на PR-деятельность.		
12	4	Межкультурные особенности бренд-коммуникаций глобальных компаний.		
13	4	Цифровой этикет и онлайн-коммуникация в разных культурах.		
14	4	Управление репутационными рисками в международной среде.		
15	4	Будущее межкультурных коммуникаций в условиях глобализации и ИИ-технологий.		
	78	ВСЕГО		

4. 2. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Перед началом выполнения задания следует изучить теоретические материалы и примеры практических кейсов. Определить цель работы, необходимые ресурсы и сроки выполнения. Задания выполняются в виде письменной работы и презентации.

В качестве источников следует использовать учебники, статьи, интернет-ресурсы, примеры PR-проектов НКО и социальных инициатив. Необходимо систематизировать информацию, выделяя ключевые цели и методы коммуникации.

При создании медиапланов, постов или пресс-релизов студентам нужно учитывать этические нормы и социальную ответственность. В ходе выполнения задания объяснить сделанные выборы и обоснования в отчете или презентации.

4. 3. Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы:

- ✓ грамотное применение определений, понятий, терминов и др.;
- ✓ логическая последовательность в изложении материала;
- ✓ обоснованность выводов;
- ✓ самостоятельность и оригинальность в изложении материала;
- ✓ текст конспекта должен оформляться с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации.

4. 4. Критерии оценки выполнения самостоятельной работы:

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	Полнота выполнения практического задания. Последовательность и рациональность выполнения задания. Самостоятельность выводов, оценок и комментариев.	Студентом задание выполнено самостоятельно и своевременно; материал изложен последовательно и рационально. Даны полные ответы на все поставленные вопросы, сформулированы и полностью обоснованы собственные оценки, выводы и комментарии.
Хорошо (базовый уровень)	Творческий подход с позиций профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Студентом задание выполнено своевременно, но недостаточно самостоятельно, с подсказкой преподавателя. Материал изложен последовательно и рационально; даны ответы на все поставленные вопросы, сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии, но их обоснование неполно.
Удовлетворительно (пороговый уровень)	Нет работы в команде.	Студентом задание решено несвоевременно, недостаточно самостоятельно, с подсказками преподавателя; материал изложен недостаточно последовательно и рационально. Даны ответы не на все поставленные вопросы, слабо сформулированы собственные оценки, выводы и комментарии.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)	Нет самостоятельности и полноты выполнения работы	Студентом задание не выполнено.

5. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

- Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М.: Искусство.
- Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации. — М.: ЮНИТИ-ДАНА.
- Холл Э. Т. Безмолвный язык. — М.: Вече.
- Холл Э. Т. Скрытые различия. — М.: Айрис-пресс.
- Хофстеде Г., Хофстеде Г. Я., Минков М. Культуры и организации: программирование разума. — СПб.: Питер.

6. • Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика. — М.: Дело.
7. • Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации. — М.: Дашков и К.
8. • Wilcox D. L., Cameron G. T., Reber V. H. Public Relations: Strategies and Tactics. — Boston: Pearson.
9. Сорокин, Д. Н. **PR для НКО: стратегии и инструменты**. – М.: Аспект Пресс, 2021.
10. Чумаков, А. В. **Эффективные коммуникации в гражданском обществе**. – М.: ВШЭ, 2022.

5.2. Дополнительная литература

1. Айви Л. Международные коммуникации и PR. — М.: Альпина Паблишер.
2. Браун Л. Межкультурная коммуникация в бизнесе и PR. — М.: Юрайт.
3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. — М.: Индрик.
4. Гавра Д. П. Теория и практика связей с общественностью. — СПб.: Питер.
5. Лебедева Н. М. Межкультурная психология. — М.: Ключ-С.
6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии в международных отношениях. — М.: Рефл-бук.
7. Самовар Л., Портер Р., Макдэниел Э. Коммуникация между культурами. — СПб.: Питер.
8. Ting-Toomey S. Communicating Across Cultures. — New York: Guilford Press.
9. Wakefield R. The Global Public Relations Handbook. — New York: Routledge.
10. Ziaja J. International Public Relations and Communication Management. — Berlin: Springer.

5.3. Нормативно-правовые материалы (по мере необходимости):

1. Закон РТ «О печати и других СМИ» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://mediaschool.tj>
2. Закон РТ «Об информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
3. Закон РТ «Об информатизации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
4. Закон РТ «О телевидении и радиовещании» [Электронный ресурс], режим доступа: nansmit.tj
5. Этические нормы журналистской деятельности в Таджикистане [Электронный ресурс], режим доступа: www.odob.tj
6. Закон РТ «О праве на доступ к информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://cipi.tj>
7. Закон РФ «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.consultant.ru>
8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.ruj.ru>
9. Кодекс профессиональной этики PR-специалиста (IPRA)
10. Кодекс профессиональной этики Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО)
11. Международный кодекс рекламной практики ICC

5.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

А) сайты:

1. http://www.mediascope.ru/files/MediaTrends_%2017.pdf
2. <http://edu.of.ru/attach/17/191749.pdf>
3. <http://cyberleninka.ru/article/n/mediakontent-internet-smi-v-informatsionno-kommunikativnoy-sisteme-regiona>
4. <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-narrativnosti-multimediynoy-istorii-kak-novogo-zhanra-internet-smi>
5. <http://new.tj> (Азия-Плюс)
6. www.khovar.tj (НИАТ «Ховар»)
7. <http://avesta.tj> (ИА «Авеста»)
8. <http://www.faraj.com.tj> (Фараж)
9. <http://vecherka.tj> (Вечёрка)
10. <http://safina.tj> (ТВ Сафина)
11. <http://tvt.tj> (Тоҷикистон)
12. <http://www.jahonnamo.tj/ru> (Джахоннамо)
13. <http://www.bbc.com/> (BBC)
14. <http://edition.cnn.com/> (CNN)
15. <http://ru.euronews.com/> (Euronews)
16. <https://www.dpa.com> (DPA)
17. <http://www.reuters.com/> (Рейтер)
18. <http://www.xinhuanet.com/> (Синьхуа)
19. <http://www.kyodonews.jp> (Киодо Цусин)
20. <http://www.1tv.ru> (Первый канал)
21. <http://www.vesti.ru> (Вести)
22. <http://www.ntv.ru> (НТВ)
23. <http://tass.ru/> (ТАСС)
24. <https://ria.ru> (РИА Новости)

Б) электронные библиотеки по журналистике:

- <http://www.library.cjes.> – Библиотека Центра экстремальной журналистики – одна из крупнейших специализированных электронных библиотек по журналистике в Интернете;
- <http://www.eartist.narod.ru/journ.-> электронная библиотека, включающая разделы: история журналистики, Теория и практика журналистики, Реклама, маркетинг и PR, Логика и риторика, Справочники и словари;
- <http://journalist.virt-ru> –электронный архив журнала «Журналист»;
- <http://www.bibliorossica> – электронная библиотека;
- <http://e-cis.info/index>.
- Официальный сайт журнала «Журналист»: <http://journalist-virt.ru/>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс», Закон РФ «О средствах массовой информации»: <http://www.consultant.ru/popular/smi/>
- МИС – электронный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» // <http://mic.org.ru>
- Портал образовательных ресурсов МГИ им. Дашковой: <http://www.dashkova.ru/>

5. 5.Перечень информационных технологий и программного обеспечения:

- MS Office
- MicrosoftOfficeProfessional
- Microsoft Windows
- Google Forms
- Scribus OpenShot
- Video Editor
- Audacity

- Adobe Photoshop

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «**PR и межкультурная коммуникация**» осуществляется в форме лекционных, практических занятий и самостоятельной работы студентов.

В ходе лекционных занятий обучающиеся получают теоретические знания об основных понятиях, видах и направлениях развития информационных технологий и систем искусственного интеллекта. Целью курса является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области рекламы и связей с общественностью для эффективного планирования, разработки и реализации рекламных и PR-коммуникаций в современных медиасредах. Рекомендуется вести конспект лекций, изучать основные термины и использовать рекомендованную литературу для углубления материала.

Практические занятия направлены на формирование умений и навыков применения информационных технологий и интеллектуальных систем для решения профессиональных задач. Перед выполнением практических работ обучающимся следует изучить соответствующий теоретический материал. Результаты практических заданий оформляются в виде отчетов, презентаций или проектов.

Самостоятельная работа студентов предусматривает изучение дополнительной литературы, выполнение индивидуальных заданий, подготовку рефератов, презентаций и проектов с использованием информационных и интеллектуальных технологий. При выполнении СРС необходимо соблюдать требования академической добросовестности и правила информационной безопасности.

Подготовка к текущему и итоговому контролю осуществляется на основе систематизации лекционного материала, выполнения практических и самостоятельных заданий. Итоговый контроль предполагает демонстрацию теоретических знаний и практических навыков применения информационных технологий и систем искусственного интеллекта в профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа студентов запланирована в п. 4. данной рабочей программы, где указаны названия тем, объемы выполняемых работ и формы контроля со стороны преподавателя.

Основой обучения являются аудиторные занятия – лекции, практические занятия и КСР.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины на базе Отделения журналистики функционируют учебные радиолaborатория и телестудия, редакция газеты «Студенческие вести», аудитории оснащены необходимым оборудованием (проекторы, телевизоры, доступ к on-line ресурсам через Интернет). Студенты имеют возможности пользоваться ресурсами в библиотеке университета, включая электронную, а также печатными материалами на кафедре отечественной и международной журналистики.

В Университете созданы специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также

обеспечивается:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проёмов, лифтов).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Форма итоговой аттестации (зачет 7-8 семестры)

Форма промежуточной аттестации (1 и 2 рубежный контроль) – в устной форме

Итоговая система оценок по кредитно-рейтинговой системе с использованием буквенных символов

Оценка по буквенной системе	Диапазон соответствующих наборных баллов	Численное выражение оценочного балла	Оценка по традиционной системе
A	10	95-100	Отлично
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	
B	7	80-84	Хорошо
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	Удовлетворительно
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D+	2	55-59	
D	1	50-54	
Fx	0	45-49	Неудовлетворительно
F	0	0-44	

Содержание текущего контроля, промежуточной аттестации, итогового контроля раскрываются в фонде оценочных средств, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

ФОС по дисциплине является логическим продолжением рабочей программы учебной дисциплины. ФОС по дисциплине прилагается.