

Минобрнауки России

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

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.36 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)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2022

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.Б.36 Мастер-класс - Международные рекламные и PR-агентства» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 9 от "01" февраля 2022 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры подпись расшифровка подписи

Исполнители:

доцент подпись расшифровка подписи
должность подпись расшифровка подписи
должность подпись расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью личная подпись расшифровка подписи
код наименование

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки личная подпись расшифровка подписи
личная подпись

Уполномоченный по качеству факультета личная подпись расшифровка подписи
личная подпись

№ регистрации _____

© Димитрова Т.Ю., 2022
© ОГУ, 2022

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – сформировать навыки использования достижений отечественной и мировой культуры, международных рекламных и PR-агентств в процессе создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.

Задачи освоения дисциплины: освоить базовые профессиональные категории и процессы в области международных связей с общественностью и рекламы, уметь анализировать современное состояние международных рекламных и PR-агентств, обеспечить многомерное восприятие профессиональной деятельности в контексте межкультурной коммуникации, расширить кругозор в сфере отечественного и мирового рекламного и коммуникационного процесса, использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и 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.5.2 Мастер-класс - Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных и муниципальных структур, Б1.Д.В.Э.6.2 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	Знать: , базовые профессиональные категории и процессы в области международных связей с общественностью и рекламы Уметь: уметь анализировать современное состояние международных рекламных и PR-агентств Владеть: навыками использования достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и иных 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		
	7 семестр	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108	216
Контактная работа:	34,25	31,25	65,5
Лекции (Л)	18	16	34
Практические занятия (ПЗ)	16	14	30
Консультации		1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25	0,5
Самостоятельная работа: <i>Самостоятельная работа:</i> - <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> - <i>подготовка к рубежному контролю)</i>	73,75	76,75	150,5
Вид итогового контроля	зачет	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Международное коммуникативное пространство	45	4	4		37
2	Реклама и PR на мировом рынке	63	14	12		37
	Итого:	108	18	16		74

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3	PR в межкультурных коммуникациях	54	8	8		38
4	Международные коммуникационные агентства. Особенности работы рекламных и PR-агентств на международном рынке	54	8	8		38
	Итого:	108	16	14		78
	Всего:	216	34	30		152

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 мировой 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: особенности и проблемы. Инструменты этнического маркетинга. Стратегия запуска новой продукции на внешние рынки.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Международное коммуникативное пространство	4
3,4,5,6,7,8	2	Реклама и PR на мировом рынке	12
9,10,11,12	3	PR в межкультурных коммуникациях	8
13,14,15	4	Международные коммуникационные агентства. Особенности работы рекламных и PR-агентств на международном рынке	6
		Итого:	30

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Карпова, С. В. Международный маркетинг : учебник / С. В. Карпова. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2021. - 296 с. - ISBN 978-5-394-04183-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232137>

Лашко, С. И. Международный бизнес: PR и рекламное дело : учеб. пособие / С.И. Лашко, В.Ю. Сапрыкина. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/20207>. - ISBN 978-5-369-01589-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039162>

5.2 Дополнительная литература

Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие / А. П. Садохин. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 288 с. - ISBN 978-5-16-104204-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/542898>

Международный маркетинг: Учебное пособие / Н.А. Нагапетьянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк; Под ред. проф. Н.А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 292 с. ISBN 978-5-9558-0219-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/395377>

Марков, В.И. Межкультурная коммуникация : учеб. пособие по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», профиль «Социокультурное проектирование», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / В.И. Марков, О.В. Ртищева. - Кемерово : КемГИК, 2016. - 111 с. - ISBN 978-5-8154-0354-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041758>

Персикова, Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учебное пособие / Т. Н. Персикова. - Москва : Логос, 2020. - 224 с. - ISBN 978-5-98704-127-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1212426>

5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ
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.regnum.ru/> - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

<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 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.

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.