

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе дисциплины

«Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в промышленности и производственной сфере

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2018

Цель изучения дисциплины:

Формирование у магистров представления об особенностях профессиональной деятельности в области современной межкультурной коммуникации и сфере международных отношений (Intercultural communication and Public Relations); формирование культурной восприимчивости как в отношении собственных культурных особенностей, так и по отношению к специфике других культур; развитие способности к анализу и адекватной интерпретации процессов и результатов взаимодействия представителей различных культур и культурных групп в конкретных условиях интеракции; формирование навыков осуществления межличностных межъязыковых коммуникаций; формирование компетенций в профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью в различных отечественных и зарубежных организациях; подготовка, проведение, коммуникационная и информационная поддержка международных мероприятий; работа с целевыми аудиториями и разными группами общественности в международной коммуникации; формирование компетенций в области планирования, подготовки и проведения коммуникационных и рекламных кампаний и PR-мероприятий с международным участием.

Задачи изучения дисциплины:

Изучить основы межкультурного общения; изучить нормы, определяющие правила вербального (речевого) и невербального поведения носителей языковых культур; изучить культурные стереотипы и культурную специфику поведения и в условиях международной коммуникации при проведении рекламных и PR-кампаний; освоить технологии создания и анализа PR-текстов в международной коммуникации в сфере международных отношений; освоить технологии поиска информации по заданным тематикой курса вопросам; способами ориентирования и взаимодействия с ресурсами глобальной сети Интернет.

Перечень формируемых компетенций:

УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПК-7 - Способен проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью организации

ПК-10 - Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет