

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

Гуманитарный институт  
(Наименование института)



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

*Е.М. Петровичева*  
Е.М. Петровичева

« 25 » 04 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВЛИЯНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНУЮ**  
**КОММУНИКАЦИЮ**  
(наименование дисциплины)

**направление подготовки / специальность**

47.04.03 «Религиоведение»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

**направленность (профиль) подготовки**

Управление коммуникацией в многоконфессиональной среде

(направленность (профиль) подготовки))

г. Владимир

Год 2022

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины «Социокультурное влияние PR-деятельности на межконфессиональную коммуникацию:

- обучение теоретическим основам межконфессиональной коммуникации;
  - получение представления о концептуальных основах социокультурного влияния PR-деятельности;
  - формирование умений и навыков применения на практике полученных знаний в конкретных ситуациях межконфессионального взаимодействия,
  - развитие способности толерантного отношения к другим религиям и их представителям»
- изучение принципов построения коммуникации в современных конфессиях с внутренними и внешними аудиториями, а также координация данной дисциплины с другими дисциплинами специализации в области религиоведения, формирование системного комплекса знаний по этому направлению обучения.

Задачи:

- помочь магистрантам получить профессиональные знания, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении других дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Социокультурное влияние PR-деятельности на межконфессиональную коммуникацию» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции <i>(код, содержание индикатора)</i>	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-1 Способен использовать навыки педагогической и методической работы, межличностного общения и работы в коллективе	ПК-1.1 Знает приёмы организации эффективной работы в коллективе; основы социальной, этнической, конфессиональной стратификации современного общества; культурологические особенности различных групп современного общества; ПК-1.2 Умеет организовать работу в коллективе на основе существующих методик преодоления групповой напряженности; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в современном обществе ПК-1.3 Владеет навыками организации эффективной работы в группе, в том числе и при наличии в ней	ПК-1.1 Знает приёмы организации эффективной работы в коллективе; основы социальной, этнической, конфессиональной стратификации современного общества; культурологические особенности различных групп современного общества; ПК-1.2 Умеет организовать работу в коллективе на основе существующих методик преодоления групповой напряженности; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия в современном обществе ПК-1.3 Владеет навыками организации эффективной	Тестовые вопросы Ситуационные задачи Практико-ориентированное задание

	социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий	работы в группе, в том числе и при наличии в ней социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий	
ПК-2 Способен выбирать необходимые методы исследования, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы исходя из задач конкретного исследования	<p>ПК-2.1. Знает основы и принципы критического мышления, методы религиоведческого исследования.</p> <p>ПК-2.2. Умеет формулировать и обосновывать, ценностные приоритеты, социальные идеалы и нормы научной рациональности как основания индивидуального и коллективного мировоззрения; рационально формулировать и аргументировать, критически оценивать и анализировать содержание и цели познавательных действий, научных проектов, программ социальной практики, направленной на решение актуальных проблем общественной жизни и преобразование природной и социальной действительности;</p> <p>ПК-2.3 Владеет фундаментальными понятиями и новейшими достижениями философии религии и религиоведения, необходимыми для решения научно-исследовательских задач.</p>	<p>ПК-2.1. Знает основы и принципы критического мышления, методы религиоведческого исследования.</p> <p>ПК-2.2. Умеет формулировать и обосновывать, ценностные приоритеты, социальные идеалы и нормы научной рациональности как основания индивидуального и коллективного мировоззрения; рационально формулировать и аргументировать, критически оценивать и анализировать содержание и цели познавательных действий, научных проектов, программ социальной практики, направленной на решение актуальных проблем общественной жизни и преобразование природной и социальной действительности;</p> <p>ПК-2.3 Владеет фундаментальными понятиями и новейшими достижениями философии религии и религиоведения, необходимыми для решения научно-исследовательских задач.</p>	Тестовые вопросы Ситуационные задачи Практико-ориентированное задание

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа

##### Тематический план форма обучения – заочная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия <sup>1</sup>	Лабораторные работы в форме практической подготовки <sup>2</sup>		
1	Социальные роли и функции PR в современном обществе	2			0,5		8	
2	Подходы к изучению социокультурных эффектов PR-коммуникации	2			0,5		8	
3	Современное мультикультурное общество: социальный, конфессиональный, политико-идеологический аспекты	2			0,5		8	Рейтинг-контроль № 1
4	Общая проблематика межконфессиональных отношений и концептуализация стратегии их исследования	2			0,5		8	
5	Межконфессиональное взаимодействие в поликультурном обществе	2			0,5		9	
6	Социокультурные функции Public Relations в современном обществе и их взаимодействие с общественным мнением	2			0,5		9	Рейтинг-контроль № 2
7	Особенности организации межконфессиональной коммуникации	2			0,5		9	
8	Механизмы влияния Public Relation на межконфессиональную коммуникацию	2			0,5		9	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 2 семестр:					4		68	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР								
Итого по дисциплине					4		68	Зачет

<sup>1</sup> Распределение общего числа часов, указанных на практические занятия в УП, с учетом часов на КП/КР

<sup>2</sup> Данный пункт включается в рабочую программу только при формировании профессиональных компетенций.

## **Содержание практических занятий по дисциплине**

### **Тема 1. Социальные роли и функции PR в современном обществе**

1. Основные предпосылки, причины и условия возникновения рекламы и связей с общественностью. Коммуникация как основа для возникновения рекламы и связей с общественностью. Факторы обвившие возникновение коммуникации. Взаимосвязь общественных процессов и развития рекламы и связей с общественностью.
2. Исторические модели развития и расширения функций рекламы и связей с общественностью: пресс-посредническая модель, модель информирования общественности, двусторонняя ассиметричная коммуникация, двусторонняя симметричная коммуникация.
3. Эволюция PR: от политического лоббирования и пропаганды до самостоятельной сферы деятельности и функции менеджмента.

### **Тема 2. Подходы к изучению социокультурных эффектов PR-коммуникации**

1. Возможность косвенного эффекта, посредством влияния интересов рекламодателя на политику масс-медиа.
2. Эффект рекламной кампании и ее отождествление с экономической эффективностью.
3. Кратковременные и долгосрочные эффекты рекламы.
4. способы, которыми реклама структурирует и подкрепляет образцы социального потребления и стержневые ценности, на которые опирается.
5. Коммуникативная революция как фактор усиления/ослабления социокультурных эффектов PR-коммуникации

### **Тема 3. Современное мультикультурное общество: социальный, конфессиональный, политико-идеологический аспект.**

1. Четыре основных типа мультикультурных обществ
2. Империи, существовавшие до эпохи современности
3. Поселения в Новом Свете
4. Колониальные и бывшие колониальные общества
5. Постнациональное мультикультурное общество, характерное для современной Северной Америки, Океании и Западной Европы.
6. Мультикультуратизм и его эквиваленты

### **Тема 4. Общая проблематика межконфессиональных отношений и концептуализация стратегии их исследования**

1. Взаимное социальное восприятие общественных групп
2. – Межконфессиональное восприятие.
3. Акты экстерииоризации субъектов, поскольку социальное восприятие кодируется и раскодируется в знаковой форме.
4. Комплекс субъективно-культурных интенций.
5. Современная культура как сплав традиционных религиозных культур

### **Тема 5. Межконфессиональное взаимодействие в поликультурном обществе**

1. «Конфессия» как профессиональный термин
2. Взаимодействие между конфессиями и религиями.
3. Межэтническое расслоение и обособление,
4. Гибкая национальная политика и формирование межнациональных дружественных отношений.

### **Тема 6. Социокультурные функции Public Relations в современном обществе и их взаимодействие с общественным мнением**

1. Современное положение феномена Public Relations в России

2. Становление в России PR как особого социального института. Институционализация PR в России.
3. Главная цель Public Relations-достижение согласия и гармонии.
4. Исторические и культурные традиции.

#### **Тема 7. Особенности организации межконфессиональной коммуникации**

1. PR- управление всей совокупностью коммуникативных процессов с целью взаимопонимания и поддержки.
2. Межкультурная коммуникация
3. Типология коммуникативной компетенции
4. Межгрупповая, профессиональная, массовая коммуникация и коммуникация внутри малых групп.
5. Влияние культуры на восприятие и коммуникацию в ее различных сферах и видах.

#### **Тема 8 Механизмы влияния Public Relation на межконфессиональную коммуникацию**

1. Основное предназначение коммуникационной системы в социуме
2. Взаимосвязь между жизненной средой и речевым поведением человека,
3. Механизм интерактивного обмена человека с его природным, культурным и социальным окружением, опосредуемого социальной структурой и социальной инфраструктурой
4. Современные коммуникативные сети
5. **Современные характеристики коммуникации:** сетевое социальное неравенство и доминирование процесса индивидуализации.

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

### **5.1. Текущий контроль успеваемости**

#### **Вопросы на рейтинг-контроль № 1**

Контрольная работа

1. Раскройте понятия «общение», «коммуникация», «социальная коммуникация», «речевая деятельность».
2. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации
3. В чем заключается коммуникативная функция информации.
4. Что такое обратная связь с аудиторией?
5. От чего зависит эффективность коммуникации?

#### **Вопросы на рейтинг-контроль № 2**

Контрольная работа

1. Оцените характер межконфессиональной коммуникации в современной России
2. Оцените характер межконфессиональной коммуникации в современной Европе

#### **Вопросы на рейтинг-контроль № 3**

Контрольная работа

1. Оцените эффективность PR-деятельности государственных институтов по организации межконфессионального диалога
2. Оцените эффективность PR-деятельности гражданского общества по организации межконфессионального диалога
3. Оцените эффективность PR-деятельности религиозных институтов по организации

межконфессионального диалога

## 5.2. Промежуточная аттестация (экзамен)

### Вопросы к экзамену

1. Типы, виды, функции, средства коммуникации
  2. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
  3. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации. А
  4. Сущность и функции массовой коммуникации.
  5. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
  6. Аргументация в коммуникативном процессе.
  7. Понятие социологической доминанты коммуникации.
  8. Информация как основной элемент коммуникативных систем
  9. Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем
  10. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации.
  11. Средства массовой информации как главная коммуникативная сеть
  12. Понятие эффективности коммуникации.
  13. Барьеры коммуникации и пути их преодоления.
  14. Связи с общественностью как вид коммуникации
  15. Целевая аудитория, ключевая аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения в связях с общественностью
  16. Основные объекты PR-деятельности
  17. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность связей с общественностью.
  18. Этика как метод регулирования связей с общественностью
  19. Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ
  20. Виды рабочих мероприятия, новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, прием, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность
  21. Виды документов: информационные имиджевые, корпоративные документы, реклама
  22. Становление межконфессиональной коммуникации в Европе и России. Современные тенденции развития межконфессиональной коммуникации.
  23. Контекст межконфессиональной коммуникации
  24. Культурная экспансия и культурная диффузия как форма межконфессиональной коммуникации.
  25. Культурный конфликт как форма межконфессионального взаимодействия
  26. Культурный релятивизм как методологическая основа межконфессиональной коммуникации
  27. Проблема взаимопонимания и религиозной толерантности
  28. Межконфессиональное восприятие в поликультурном обществе
  29. Своеобразие межкультурного восприятия
  30. Пути оптимизации межконфессиональных отношений
- Межконфессиональные конфликты и пути их преодоления

## 5.3. Самостоятельная работа обучающегося (доклады)

1. Предпосылки возникновения СО.
2. Общественность и общественное мнение как объекты PR-деятельности
3. Основные этапы PR-деятельности: исследование, проблемы и постановка целей, разработка стратегии и тактики, действие, общение, оценка результатов и внесение корректировок.
4. Методы и средства PR-деятельности.

5. СО и смежные специальности: сходства и различия
6. Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни
7. Необходимость и возможности регулирования СО
8. Концепция государственной информационной политики
9. Социальные, экономические, политические и иные условия становления, развития и функционирования СО
10. Право как регулятор ПР-деятельности
11. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность СО
12. Виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста
13. Профессиональный кодекс в области маркетинга Российской ассоциации маркетинга
14. Место и роль СО в жизнедеятельности современной организации
15. Основные организационные ПР-структуры
16. Функции ПР-структур
17. Практика использования СО в государственной службе на всех уровнях
18. Каналы выхода на аудиторию: мероприятия, ПР-документы
19. Организация и проведение ПР-кампаний
20. Социологические исследования массовой коммуникации
21. Формирование имиджа как одна из задач СО
22. Исследования в деле формирования корпоративного имиджа, имиджа политического лидера, имиджа политической партии и т.д.
23. Место и роль СМИ в современном информационном мире

Контроль за выполнение самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтин-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1, 6.2, 6.3 данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Книгообеспеченность**

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература*		
1. Горелов, А. А. История мировых религий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Горелов. - 6-е изд., стереотип. - М. : Флинта, 2016. - 360 с.	2016	<a href="http://znanium.com/catalog/product/1018003">http://znanium.com/catalog/product/1018003</a>
2. Государственная власть в социокультурной организации современного общества: теоретико-методологические аспекты политико-правовой трансформации : монография / А.Ю. Мамычев. — М.: РИОР : ИНФРА-М 2019. - 290 с.	2019	<a href="http://znanium.com/catalog/product/1010791">http://znanium.com/catalog/product/1010791</a>
3. Бабинов Ю.А. Религия в условиях современного глобализационного процесса:		



Монография. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 262 с.	2019	<a href="http://znanium.com/bookread2.php?book=512225">http://znanium.com/bookread2.php?book=512225</a>
Дополнительная литература		
1. 750 определений религии: история символизаций и интерпретаций [Электронный ресурс]: монография / под ред. Е. И. Аринина. - Владимир: Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых (ВлГУ), 2014. — 460 с.	2014	<a href="http://e.lib.vlsu.ru/bitstream/123456789/3871/1/01379.pdf">http://e.lib.vlsu.ru/bitstream/123456789/3871/1/01379.pdf</a>
2. Мечковская, Н.Б. История языка и история коммуникации : от клинописи до Интернета : курс лекций по общему языкознанию / Н.Б. Мечковская. — 2-е изд. испр. — Москва : Флинта, 2016. - 584 с.	2016	<a href="http://znanium.com/catalog/product/1037630">http://znanium.com/catalog/product/1037630</a>

### 6.2. Периодические издания

1. Коммуникология - международный научный журнал (<https://www.communicology.us/>).
2. Пиар в России - всероссийский научно-популярный журнал.
3. Советник - журнал о связях с общественностью и рынке PR.
4. Журнал «Служба PR» - журнал адресован работникам пресс-служб, отделов по связям с общественностью государственных и коммерческих структур, специалистам консалтинговых фирм.
5. Журнал «Пресс-служба» - журнал для пресс-секретарей, руководителей пресс-служб и специалистов по связям с общественностью.
6. Электронный журнал по маркетингу. Включает темы брэндинга, рекламы, PR, продаж, открытую библиотеку исследований. (<http://www.4p.ru>).
7. Социс - ежемесячный научный и общественно-политический журнал Российской Академии наук (<http://socis.isras.ru/>)

### 6.3. Интернет-ресурсы

1. Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. (<http://www.advertology.ru>)
2. Портал «Брендинг.Ру» - информационные и аналитические статьи ведущих зарубежных и российских практиков брендинга. (<http://www.branding.ru>)
3. Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистики. (<http://www.pr-news.spb.ru>)

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил доц. Щитко В.С. Щитко

(ФИО, должность, подпись)

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. Ермолина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ИКСО

Протокол № 9 от 21.04.22 года

Заведующий кафедрой ИКСО

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена  
на заседании учебно-методической комиссии направления \_\_\_\_\_

Протокол № 4 от 21.04.22 года

Председатель комиссии \_\_\_\_\_

(ФИО, должность, подпись)