



ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГУ)

П Р И К А З

04.11.2019

№ 11108/1

О методическом обеспечении
государственной итоговой аттестации в
2020 году

В соответствии с Правилами обучения по основным образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и среднего профессионального образования в Санкт-Петербургском государственном университете, утверждёнными приказом от 29.01.2016 №470/1, приказом от 03.07.2018 № 6616/1 «Об утверждении форм программ государственной итоговой аттестации» и в целях методического обеспечения государственной итоговой аттестации по основным образовательным программам в 2019 году

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить программу государственной итоговой аттестации в форме государственного экзамена по основной образовательной программе магистратуры ВМ.5568.* «Связи с общественностью в сфере международных отношений» направления 41.04.05 Международные отношения (Приложение № 1).
2. Утвердить программу государственной итоговой аттестации в форме защиты выпускной квалификационной работы по основной образовательной программе магистратуры ВМ.5568.* «Связи с общественностью в сфере международных отношений» направления 41.04.05 Международные отношения (Приложение № 2).
3. Начальнику Управления по связям с общественностью Зайнуллину Т.Т. обеспечить размещение настоящего приказа на портале СПбГУ не позднее одного рабочего дня с даты издания настоящего приказа.
4. За разъяснением содержания настоящего приказа обращаться посредством сервиса «Виртуальная приемная» на портале СПбГУ к первому проректору по учебной и методической работе Лавриковой М.Ю.
5. Предложения по изменению и/или дополнению настоящего приказа направлять на адрес электронной почты org@spbu.ru.
6. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Основание: отчет председателя учебно-методической комиссии по УГСН 41.00.00 Политические науки и регионоведение Барышникова Д.Н. от 13.08.2019 № 06-185.

Первый проректор по
учебной и методической работе

М.Ю. Лаврикова

Приложение № 1 к приказу
первого проректора
по учебной и методической работе
от 04.11.2019 № 11101/1

**Программа государственной итоговой аттестации
в форме государственного экзамена
по направлению 41.04.05 - «Международные отношения» по ООП ВМ.5568.* «Связи с
общественностью в сфере международных отношений»
уровень образования - магистратура**

1. Общие положения

1.1. Государственный экзамен в соответствии с требованиями действующего образовательного стандарта проводится для проверки выполнения государственных требований к уровню и содержанию подготовки выпускников и уровня их подготовленности к решению как теоретических, так и практических профессиональных задач.

1.2. Целью государственного экзамена является определение уровня подготовленности выпускников и проверка сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом основной образовательной программы в соответствии с требованиями действующего образовательного стандарта.

1.3. Объем государственной итоговой аттестации, учебный период и сроки государственной итоговой аттестации указаны в актуальном учебном плане и календарном учебном графике.

1.4. Язык проведения государственного экзамена: русский.

**2. Перечень примерных вопросов, выносимых на государственный экзамен,
оценочные средства (виды и примеры контрольных заданий)**

Государственный экзамен состоит из двух разделов: общий и специальный.

2.1. Общий раздел представляет собой тест, состоящий из 30 вопросов по следующим темам:

Тема 1. Актуальные проблемы теории международных отношений (10 вопросов);

Тема 2. Актуальные проблемы современных международных отношений и мировой политики (10 вопросов);

Тема 3. Вопросы по проблематике основной образовательной программы (10 вопросов).

Примеры вопросов, выносимых на государственный экзамен:

1. Теоретико-методологическая связь концепции «интегрированных коммуникаций» и теории режимов
2. Понятие и основные характеристики цифровой дипломатии
3. Основные характеристики интегрированных маркетинговых коммуникаций
4. «Пандовая дипломатия» Китая
5. Роль социальных медиа в публичной дипломатии
6. Становление и развитие концепции «событийных коммуникаций»
7. Имиджевые аспекты событийных коммуникаций в международной сфере
8. Концепция «интегрированных коммуникаций» с точки зрения PR и маркетинга
9. Современные технологии публичной дипломатии
10. Роль СМИ в событийных коммуникациях
11. Проявления терроризма и экстремизма в сфере публичной политики и способы противодействия им
12. Теоретико-методологическая связь концепций «интегрированных коммуникаций» и «политических сетей»

13. Дайте определения понятия «событийные коммуникации». Примеры в сфере международных отношений
14. Событийный менеджмент в международной сфере
15. Инструменты публичной дипломатии стран мира (2 страны на выбор: США, Германия, Турция, Израиль, Индия, Китай)
16. Становление и формирование концепции интегрированных коммуникаций
17. Роль некоммерческого сектора в публичной дипломатии
18. Публичная дипломатия современной России
19. Парадигма «web 2.0» в современной публичной дипломатии
20. Соотношение понятий «интегрированные коммуникации» и «интегрированные маркетинговые коммуникации»
21. Понятие межкультурной коммуникации.
22. Исторический аспект межкультурной коммуникации.
23. Особенности зарубежной и российской школы изучения межкультурных коммуникаций.
24. Социально-психологического направления межкультурной коммуникации в эпоху Нового времени. Основные направления научных исследований
25. Особенности научных исследований социологов и психологов в рамках межкультурной коммуникации в XX веке: Рут Бенидикт и Эдвард Холл.
26. Этапы соприкосновения и постижения другой культуры. Инкультурация.
27. Типология культурных измерений Герта Ховстеде.
28. Актуальные исследования межкультурной коммуникации: социально-психологическое измерение.
29. Проблема сохранения языкового многообразия на государственном и межгосударственном уровне.
30. Проблема сохранения языкового многообразия в современном мире в деятельности ЮНЕСКО.
31. Сохранение и продвижение русского языка в мире.
32. Теоретические вопросы проблемы образов, имиджей, стереотипов
33. Этнические стереотипы. Функции стереотипов.
34. Внешнеполитические имиджи. Типология и структура внешнеполитических имиджей.
35. Понятие брэндинга в международных отношениях и межкультурных коммуникациях
36. Пути построения обновленного образа современной России.
37. Институциональные основы межкультурных коммуникаций в международных отношениях.
38. Актуальные формы межкультурных коммуникаций в международных отношениях.
39. Роль ЮНЕСКО в развитии межкультурных коммуникаций на многосторонней основе.
40. Межкультурные коммуникации как основа профессиональной деятельности специалиста-международника.
41. Укажите дату начала широкого распространения концепции «Интегрированных коммуникаций»?
конец XIX в.
конец 90-х гг. XX в.
80-е гг. XX в.
начало XXI в.
42. Кто из перечисленных исследователей определяет интегрированные маркетинговые коммуникации как «подход в области стратегического менеджмента, который координирует все аспекты коммуникации с группами, важными для компании, для того чтобы эффективно улучшить их общий бренд, репутацию и прибыльность»?

- Блут К.
 Лойтерборн Р.
 Таненбаум С. Пулфорд А.
43. Какое государство первым стало использовать инструменты цифровой дипломатии?
 Израиль
 США
 Швеция
 Южная Корея
44. Как называется один из главных институтов публичной дипломатии, созданный в России в 2008 году?
 Росзарубежцентр - Федеральное агентство внешних гуманитарных связей
 Россотрудничество - Центр публичной дипломатии России
45. Кто является автором понятия «поколение подключенных» («netgen») ?
 Василькова В.В.
 Тэпскотт Д.
 Робинсон М.
 Марсен П.
46. В каком году МИД РФ начал вести первые аккаунты в социальных медиа?
 2001
 2011
 2007
 2014
47. Какая из перечисленных организаций стала первым институтом публичной дипломатии в истории России?
 Фонд «Русский мир»
 Союз советских обществ дружбы (ССОД)
 Всероссийское общество культурной связи с заграницей (ВОКС)
 Росзарубежцентр
48. Главной отличительной особенностью «Пандовой дипломатии» Китая является то, что
 Панды проживают только на территории Китая, поэтому панда-подарок – это мощный политический символ
 Формально панд не дарят, а сдают в аренду
 Традиция дарить панд иностранным гостям самая древняя из сохранившихся до нашего времени Панда – это единственное дикое животное, которое можно содержать в домашних условиях
49. Укажите аспекты, характерные для интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК)
 ИМК интегрируют стратегию бизнеса в целом с потребностями и видами деятельности отдельного потребителя ИМК нацелены на постоянное взаимодействие с органами государственной власти
 ИМК координируют все коммуникации бизнеса в рамках единой системы ИМК направлены на превентивную подготовку коммуникаций, чтобы они точнее соответствовали вкусам отдельных потребителей.
50. Укажите характеристики, которым должно отвечать Событие с точки зрения концепции «Событийных коммуникаций»
 Отвечать интересам целевых групп
 Проходить с участием лидеров мнения
 Ориентироваться на высказывания политических лидеров Бюджет события должен коррелировать с достатком целевой группы
51. Какую инстинктивную реакцию вызывает первое знакомство с культурой «Другого»?
 Любопытство

- Страх
Агрессию
52. Отметьте актуальные направления научных лингвистических исследований в рамках межкультурной коммуникации
Кросс-культурная прагматика
Аккомодация
Двухступенчатая модель коммуникации
Компаративная лингводидактика
53. Типология культурных измерений была разработана...
Рут Бенидикт
Эдвардом Холлом
Гертом Ховстеде
54. Конвенция об Охране нематериального культурного наследия была подготовлена...
ООН
ФИФА
ЮНЕСКО
55. Когда появились первые зарубежные культурные центры ? (Зарубежные культурные центры – это специфические организации с различным статусом, которые проводят работу, направленную на распространение и популяризацию культуры и языка своей страны за рубежом)
в XVIII вв.
в XIX вв.
в XX вв.
56. Гетеростереотипы - это
представления народов о других народах,
представление народов об этнических группах
представление народов о самих себе
57. Автостереотипы – это
стереотипные представление народов о самих себе
представления народов о других народах,
представление народов об этнических группах
58. Структура имиджа страны включает
Образ государственного устройства
Имидж политического лидера
Имидж экономики

2.2. Специальный раздел государственного экзамена предполагает письменное задание в виде развернутого ответа на вопрос по одной из предложенных тем:

Тема 1: История международных и российских медиарелейшнз. Формирование системы международных и российских медиарелейшнз. Медиарелейшнз — система управляемых взаимоотношений субъектов PR со средствами массовой информации, форма отношений государственных и коммерческих структур со СМИ, с целью поддержания имиджа и репутации организации или первого лица. Организационные формы отношений со СМИ: пресс-службы, пресс-центры, пресс-секретари, пресс-бюро.

Тема 2: Общая характеристика российских пресс-служб. Возрастание роли массовых коммуникаций в деятельности хозяйствующих субъектов, органов государственной власти и местного самоуправления. "Медиадизация" общественной жизни. Информационная среда региона и ее структура. Факторы, воздействующие на информационную среду региона. Возможность воздействия на информационную среду как разновидность управленческого ресурса. Пресс-службы как часть подсистемы "Источники информации". Пресс-службы Президента Российской Федерации и Государственной Думы. Пресс-службы федеральных органов государственной власти.

Пресс-службы региональных органов государственной власти. Пресс-службы органов местного самоуправления. Пресс-службы субъектов хозяйственной деятельности. Роль массовых коммуникаций в обеспечении общественно-политических условий деятельности российского бизнеса. Пресс-службы некоммерческих организаций, политических партий и общественных объединений.

Тема 3: Структура и принципы организации современной пресс-службы. Основные варианты структуры пресс-служб. Пресс-служба как системообразующий элемент фирмы, организации, в полном объеме выполняющий функции разработки и осуществления информационной политики. Пресс-служба как инструмент взаимодействия со средствами массовой информации в целях распространения информации о деятельности фирмы, организации. Профессиональная фирма, выполняющая по договору функции пресс-службы. Основные направления деятельности: информационное обеспечение; экспертно-аналитическое обеспечение; консультативно-методическая работа; планирование и координация информационной политики; непосредственное участие в разработке программ и решений; участие в создании творческих продуктов. Принципы организации работы пресс-службы. Полная информированность о деятельности компании, регулярный контакт с высшим руководством. Участие в планировании основной деятельности компании. Оперативное получение информации от других структурных подразделений. Наличие хороших контактов в журналистской среде. Профессионализм в обеспечении освещения социальных и политических процессов.

Тема 4: Должностные обязанности пресс-секретаря. Квалификационные требования к кандидату на должность пресс-секретаря. Роль пресс-секретаря в разработке информационной и социальной политики организации. Пресс-секретарь как лицо компании. Пресс-секретарь как руководитель структурного подразделения фирмы. Особенности взаимоотношений пресс-секретаря с первым лицом организации и его заместителями. Высокая информированность – важное условие эффективной деятельности пресс-секретаря. Роль пресс-секретаря в организации и осуществлении информационных контактов руководства фирмы, организации. Дезавуирование информации. Заявление пресс-секретаря. Пресс-секретарь и информационная безопасность компании. Взаимодействие пресс-служб органов государственной власти, коммерческих и общественных организаций. Формирование внутренней информационной среды организации. Мэсседж - таблица и ее применение для выработки информационной политики. Пресс-секретарь и журналистская среда.

Тема 5: Планирование и организация работы пресс-службы. Принципы планирования работы пресс-службы. Информационные источники планирования. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Планирование информационных потоков. Оперативное реагирование на изменение ситуации. Медиа-карта региона. Система оповещения средств массовой информации о мероприятиях. Учет присутствия и работы прессы на мероприятиях. "Заказуха" или информационное партнерство. Пресс-служба как инструмент "информационной войны". Пресс-служба и творческие союзы журналистов. Конфликт на информационном поле: варианты защиты интересов фирмы. Этика взаимоотношений сотрудников пресс-службы и журналистов. Учет и нормирование труда сотрудников пресс-службы. Методы морального и материального стимулирования. Проектирование карьеры. Формы повышения квалификации сотрудников.

Тема 6: Формы работы пресс-службы со СМИ. Взаимодействие со СМИ. Регулярный информационный обмен, пресс-мероприятия, оплаченные информационные материалы. Текущее информирование о деятельности субъекта PR в СМИ, ньюсмейкерство – создание информационного повода (сделать событие интересным для СМИ), мониторинг СМИ, организация мероприятий с журналистами (пресс-конференции, пресс-туры, презентации, предпросмотры (превью), круглые столы, интервью, фотосессии, брифинги...), подготовка корпоративных изданий Аккредитация журналистов. Процедура признания полномочий журналистов применительно не только к международным организациям, но и к любым государственным органам, организациям, учреждениям,

коммерческим структурам, органам общественного объединения. Особый порядок аккредитации журналистов иностранных СМИ.

Тема 7: Принципы организации пресс-конференции. Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров. Цели и задачи проведения специальных мероприятий для прессы. Порядок планирования пресс-конференции и подготовки выступающих. Система оповещения и приглашения журналистов. Электронные списки рассылки. Анонсирующие пресс-релизы. Регистрация. Распределение обязанностей участников пресс-конференции. Регламент. Средства визуализации информации. Подготовка и раздача информационных материалов. Роль пресс-секретаря в ходе пресс-конференции. Рекомендации ньюсмейкеру. Завершающий этап пресс-конференции.

Тема 8: Брифинг как специфическая форма распространения информации. Особенности проведения брифингов в государственных, коммерческих структурах и общественных организациях.

Тема 9: Пресс-тур. Типовая структура пресс-тура. Содержание информационного письма-приглашения. Встреча журналистов, размещение, инструктивное совещание. Организация посещения профильных для тематики пресс-тура объектов. Встречи с влиятельными лицами. Питание, вечерний досуг, культурная программа. Заключительная встреча, подведение итогов поездки.

Тема 10: Организация участия журналистов в корпоративных мероприятиях. Годовое собрание акционеров. "Круглый стол" как способ продвижения информации. Итоговые совещания в органах государственной власти и местного самоуправления. Клубный вечер.

Тема 11: Текстовые и аудиовизуальные материалы, подготавливаемые пресс-службой. Приемы управления информационными потоками. Сегментирование информационных потоков. Способы подачи информации: утверждение, повторение, дробление, срочность, сенсационность. Приемы интерпретации информации. Приоритетная поставка информации. Приемы креативной компоновки новостийной информации. Использование "круглых дат". Демонстрация разных взглядов на решение проблемы. Присутствие влиятельных людей. Создание интриги в новостном событии. Основной и дополнительный вес новости. Приемы обеспечения дополнительного "информационного веса" новости. Техника работы с цифрами. Фактическая и коммуникативная точность. Пути преодоления смысловой избыточности и достижения краткости пиаровского текста. Нормативный аспект редактирования материалов пресс-службы. Особенности подготовки и проведения выступлений на телевидении и радио. Работа спичрайтера по созданию и редактированию текстов. Компрессия текста при подготовке к аудированию. Корпоративный сайт и его использование для реализации информационной политики учреждения, предприятия, фирмы. Особенности подготовки материалов для информационных интернет-агентств.

Тема 12: Аналитическая работа в пресс-службе. Цели и задачи аналитической работы в пресс-службе. Функциональные обязанности сотрудников аналитического отдела. Мониторинг периодических изданий. Принципы отбора материалов для анализа. Разработка программы анализа материалов периодических изданий. Составление тематической кодировочной таблицы. Анализ смещения понятий по смысловому полю. Тематический, авторский, географический и другие основания группировки материалов прессы. Структура аналитической записки. Методы повышения достоверности интерпретации данных. Использование социологической информации для оценки позиций СМИ и их воздействия на аудиторию. Мониторинг телепередач. Анализ эфирной сетки вещания. Понятие о программировании. Создание архива телесюжетов. Подготовка транскрипта телесюжета. Приемы анализа видеоряда. Влияние ритма, цвета, шумового и музыкального сопровождения на восприятие информации. Анализ работы телеведущих. Особенности анализ телепередач, идущих в режиме прямого эфира. Мониторинг радиопередач. Способы фиксации информации для последующего анализа. Эмоциональная составляющая вещания. Мнения и позиции радиослушателей. Мониторинг Рунета. Информационные ленты и порталы. Электронные архивы и их использование в аналитической работе.

Тема 13: Деятельность пресс-службы в условиях кризиса. Понимание сути кризиса. Типология кризисных ситуаций. Основные характеристики кризиса. Роль специалиста по связям с общественностью в управлении кризисной ситуацией. Антикризисное планирование. Разработка моделей кризисных ситуаций. Анализ рисков. Структура антикризисного плана. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности. Инструктаж пресс-представителя. Способы снижения агрессивности ситуации. Как избежать извинений и оправданий. Особенности использования различных типов СМИ в условиях кризиса. Спин-доктор и преодоление последствий кризиса. Внутрикorporативная информация в кризисной ситуации. Работа с внутренней аудиторией. Борьба со слухами. Слухи как канал передачи антикризисной информации. Формирование общественного мнения в послекризисный период. Сбор, систематизация и анализ материалов СМИ и внутренних документов, относящихся к кризисной ситуации. Внесение изменений в меседж-таблицу и корректирование антикризисного плана.

Тема 14: СМИ как партнер в реализации целей PR- и пресс-служб. Типология СМИ. Общественно значимые функции современной журналистики. СМИ как поле не только для информирования, но и для управления. Представления о СМИ как четвертой власти. Кто такие журналисты?

Тема 15: Управление связями со СМИ и взаимодействие с журналистами. Понятие и основные функции медиарилейшнз. Создание журналистского пула / базы журналистов. Принципы взаимодействия с журналистами. Особенности работы с различными СМИ. Сущность, виды корпоративных СМИ. Функции, тематика, формат. Новость в медиарилейшнз. Информационный повод. Медиапланирование: основные понятия и методы. Принципы составления медиаплана. Аналитическое направление деятельности. Креативное и организационное направления деятельности. Оценка эффективности медиарилейшнз.

Тема 16: Инструментарий специалиста по медиарилейшнз. Мероприятия для журналистов. Система мероприятий для журналистов (пресс-конференции, брифинги, встречи, пресс-туры, неформальные мероприятия). Отношения со СМИ посредством Интернета. Работа с блогерами. Средства и способы распространения PR-текстов.

Тема 17: PR-тексты для СМИ. Типология PR-текстов. PR-документы в отношении со СМИ. Пресс-релиз как основной документ в медиарилейшнз. Типы пресс-релизов. Композиционно-содержательная структура пресс-релиза. Пресс-кит. Система медиадокументов. Средства и способы распространения PR-текстов. Структура журналистского текста. PR-тексты для интернет-медиа.

Тема 18: Понятие и характеристики риска и рискованной коммуникации. Определение понятия риск и рискованная коммуникация. Цели и функции рискованной коммуникации. Типология рисков и различные подходы к квалификации рисков. Технологии работы с общественностью в условиях рискованных коммуникаций. Коммуникация с общественностью в условиях рисков: технология и инструментарий. Основные принципы конструктивных рискованных коммуникаций в СМИ.

Тема 19: Понятие и коммуникативные характеристики кризиса. Подходы к пониманию кризиса. Базовая и коммуникативная дефиниция кризиса. Типология кризисов. Факторы, порождающие кризис. Этапы развития кризиса. Позитивная и негативная динамика развития кризиса. Коммуникативные характеристики кризиса.

Тема 20: Понятие и характеристики кризисной коммуникации. Понятийный аппарат теории кризисных коммуникаций. Кризисная коммуникация, кризисный PR, антикризисное управление и кризис-менеджмент. Внутренние коммуникации – основа успешного управления в кризисной ситуации.

Тема 21: Планирование кризисных коммуникаций. Принципы и ценности кризисной коммуникации. Технологии подготовки к кризису. Документы и планы компании при подготовке к кризису. Кризисный меседж: структура и содержание. Правила Тайленола. Кризисный медиапакет. Медиарилейшнз в условиях кризиса.

Тема 22: Роль информации в социально-политических процессах. Теории общественного развития и место среди них коммуникативных теорий. Особенности взаимосвязи общественного сознания и массовой коммуникации. Теория И.Я. Фойницкого как теория взаимозависимости развития государственной власти и общественного сознания. СМИ и формирование общественного мнения. Формирование российской ментальности и политические процессы. Распространение идей в обществе (по Г. Лебону).

Тема 23: Отношения «власть – средства массовой информации». Особенности функционирования политической информации в XVII-XVIII веках; смена попечительных этапов на этапы относительной свободы распространения политической информации в XIX веке; тоталитарная информационная политика Советской России. Периоды взаимовлияния политической власти и средств массовой коммуникации. Медиатизация политики в России в 90-е гг. XX столетия.

Тема 24: Электронные СМИ в условиях формирования информационного общества. Зависимость процессов общественного развития от уровня открытости информации. Человек «третьей волны» и «массовое сознание». Динамика развития СМИ в новых условиях. Концепция открытого общества и права человека в глобальном информационном пространстве. Интернет и политика. «Революции Твиттера и Фейсбука» на Ближнем Востоке.

Тема 25: Отечественные СМИ в период с середины 80-х гг. XX в. – начале XXI в. «Гласность» как отправная точка перестройки. Политизация средств массовой информации и политическая активность общества. Принятие законов в сфере печати и многообразии СМИ. Снижение политической активности общества и СМИ: выживание изданий и программ «с оглядкой на читателя, слушателя, зрителя». Коммерциализация СМИ. Возвращение политизированного капитала в СМИ накануне выборов 1995-1996 г. Подмена журналистской деятельности PR-деятельностью и скрытой рекламой. Информационные войны между медиаимпериями, а также между государственными чиновниками и олигархами. Средства массовой информации как инструмент социально-политического воздействия. Создание «информационной вертикали» и усиление государственного контроля над СМИ после 2000 г., формирование средств массовой информации «управляемой демократии». Необходимость смены рыночной модели деятельности СМИ на модель социальной ответственности.

Тема 26: Основные этапы развития отечественного радиовещания. Система современного радиовещания.

Тема 27: Телевещание как основной инструмент формирования мировоззрения, социальных норм, ценностей, инструмент политического давления на общественное мнение в современной России. Трансформация системы российского телевидения за 30 лет. Распределение основного эфирного времени: соотношение информационных, аналитических, развлекательных, познавательных, рекламных передач. Место и роль политической информации в телепередачах. Значение телевидения в подготовке и проведении политических кампаний, выборов в органы государственной власти и самоуправления. Проблемы перехода телерадиовещания на цифровой формат: доступность каналов, «социальный пакет», лицензирование.

Тема 28: Информационные агентства России: особенности политики «информационной ленты».

Тема 29: Интернет и СМИ. Рост блогосферы и социальных сетей. Основные тенденции развития современных российских СМИ. Роль электронных СМИ в освещении террористических актов.

Тема 30: Правовые основы современных российских электронных СМИ. Принятие первых двух в истории России законов о средствах массовой информации. Четыре этапа развития законодательства СМИ периода правления президента Б.Н. Ельцина. Эпоха В.В. Путина: законодательная база и уровень свободы СМИ. Характеристика основных правовых актов в сфере средств массовой информации. Право на доступ к информации в

системе российского законодательства. Тенденции развития законодательства СМИ в России. Особенности правового регулирования Интернета.

Тема 31: Особенности функционирования СМИ в государствах состоявшейся демократии: Международный опыт. Новые подходы к проблеме доступа к информации. Демонопользации и деконцентрации СМИ как средство регулирования политических процессов. Легитимирование политической деятельности через СМИ. СМИ в системе государственного и муниципального управления (опыт США, Великобритании, Германии, Швеции, Франции, Финляндии и других стран). Электронное правительство и СМИ.

Тема 32: Манипулятивные методы воздействия СМИ и способы их анализа. Специфика формирования окружающей политической реальности при помощи СМИ. Политическая реальность и политические мифы. Основные методы политического манипулирования печатных и аудиовизуальных СМИ. Фейковые новости. Принципы противостояния манипулятивному влиянию средств массовой информации и коммуникации.

Тема 33: СМИ в избирательном процессе: федеральный, региональный и местный уровни

Тема 34: Электронные СМИ как инструмент диалога власти и общества. СМИ как посредник в диалоге демократического государства и общества. Современная государственная информационная политика – составная часть государственной внутренней и внешней политики. Государство как источник и потребитель информации. Государственные каналы информации. Роль СМИ в процессе принятия государственных решений (подготавливающая, оповещающая и регулирующая). СМИ – инструмент формирования в массовом сознании образа власти и элиты, инструмент формирования «лица власти». Инфократия, меритократия и нетократия. Особенности взаимодействия власти и СМИ на федеральном, региональном и местном уровнях.

Тема 35: Общественный контроль за деятельностью средств массовой информации. Социальная ответственность СМИ. Процессы саморегулирования СМИ в России. Общественные советы по делам прессы и деятельность омбудсменов. Социальная и гражданская направленность СМИ. Проблемы взаимоотношения СМИ со структурами гражданского общества. Четыре стадии развития концепции социальной ответственности СМИ в России (Я.Н. Засурский). Миссия СМИ как «инструмента осуществления прав человека».

3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, перечень литературы для подготовки к государственному экзамену

3.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену:

При подготовке к общему разделу государственного экзамена следует:

- использовать конспекты, рекомендованные источники и литературу по дисциплине «Актуальные проблемы теории международных отношений»;
- использовать современную научную российскую и зарубежную литературу по актуальным проблемам современных международных отношений и мировой политики (п. 3.2.1. настоящей программы);
- активно использовать информацию по актуальной международной проблематике российских и зарубежных периодических изданий, а также интернет-ресурсов;
- использовать конспекты, рекомендованные источники и литературу по базовым дисциплинам образовательной программы, актуальную информацию по проблематике образовательной программы из российских и зарубежных периодических изданий, а также интернет-ресурсов.

При подготовке к специальному разделу государственного экзамена рекомендуется:

- проработать корпус обязательных источников по проблематике программы, указанных в п. 3.2.2. настоящей программы;
- знать и уметь письменно анализировать содержание обязательных к изучению монографий (научных статей) по проблематике образовательной программы, указанных в п. 3.2.2.
- использовать конспекты, рекомендованные источники и литературу по базовым дисциплинам образовательной программы, актуальную информацию по проблематике

образовательной программы из российских и зарубежных периодических изданий, а также интернет-ресурсов;

- осмыслить содержание вопроса, уточнить круг проблем, требующих раскрытия;
- продумать структуру ответа на вопрос, способствующую его наиболее полному ее освещению;

- обратить внимание на фактологическое обоснование ответа на поставленный вопрос;

- определить и четко сформулировать (при наличии) дискуссионные проблемы в рамках изучаемого вопроса, определить основных участников дискуссий, особенности их теоретико-методологических подходов к интерпретации данного вопроса, характер аргументации.

3.2. Перечень литературы и электронных библиотечно-информационных ресурсов для подготовки к государственному экзамену:

3.2.1. Общий раздел:

1) Бережная М. Современная публичная дипломатия: генезис и тренды развития. Lambert Academic Publishing, 2013.

2) Гареева В. Г., Журавлева Н. Н. Интегрированные коммуникации: основы рекламы и связей с общественностью: учебное пособие. Санкт-Петербург, 2013.

3) Голубев Е. В. Краудсорсинг для менеджера: новые инструменты для разработки продуктов и управления компанией. Москва, 2015.

4) Давоян М. Роль сетевых массовых коммуникаций в публичной дипломатии. Lambert Academic Publishing, 2014.

5) Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз. М., 2003

6) Информационный фактор в глобальной политике / Под ред. Выходца Р.С. Санкт-Петербург, 2016

7) Красникова Е.В. Роль и место публичной дипломатии в формировании имиджа государства. Lambert Academic Publishing, 2013.

8) Кубышкин А.И., Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США. М., 2013.

9) Марчуков А.Н. Социальные медиа в публичной дипломатии : монография. Волгоград, 2015

10) PR в международных отношениях: прикладные аспекты / Под ред. Выходца Р.С. Санкт-Петербург, 2015

11) Fountain J. Building the Virtual State. Information Technology and Institutional Change. Washington: Brooking Institution Press, 2001.

12) Moon J. The Evolution of E-Government among Municipalities: Rhetoric or Reality? // Public Administration Review. 2002. Vol. 62. N 4. Pp. 424-433.

1) Абатуров В., Наумов Ю. Медиатехнологии в имидже государства. // <http://www.centrasia.ru/newsA.php4?st=1069824300>.

2) Боголюбова Н. М., Николаева Ю.В. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен. Учебное пособие. СПб. изд. С-Петербур. культурол. об-ва, 2009. – 416 с.

3) Боголюбова Н.М. Становление и эволюция внешней культурной политики России. СПб. изд. СПбГУ, 2013. -208 с.

4) Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В. Внешняя культурная политика. Опыт России, Франции и Германии. Saarbrucken, Germany: LAP: Lambert Academic Publishing, 2012 – 651 с.

5) Галумов Э.А. Имидж России в контексте инструментального подхода. // http://galumov.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=81.

6) Галумов Э.А. Имидж России: институционально-экологический аспект. // http://galumov.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=78&Itemid=90.

7) Галумов Э.А. Некоторые векторы стратегического планирования образа России//ИА МиК//<http://www.iamiki.ru>

- 8) Галумов Э.А. Стратегия формирования имиджа России в аспекте национальных интересов//ИА МиК//<http://www.iamiki.ru>
- 9) Галумов Э.А. Фактор политических лидеров и имидж страны // http://galumov.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=77&Itemid=90.
- 10) Глаголев В.С., Бирюков Н.И., Зарубина Н.Н., Зонова Т.В., Самарин А.Н., Силантьева М.В. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации/ В.С. Глаголев, Н.И. Бирюков, Н.Н. Зарубина, Т.В. Зонова, А.Н. Самарин, М.В. Силантьева: учебное пособие. — Москва: Проспект, 2010. — 216 с
- 11) Драгачева О. Имидж политического лидера. // http://www.rau.su/observer/N4_2005/4_14.HTM.
- 12) Задорожный В.Н. Влияние политического имиджа государства на экономический рост. // http://www.elitarium.ru/2007/06/07/vlijanie_imidzha_gosudarstva_na_jekonomicheskijj_rost.html..
- 13) Земсков В.Б. Образ России «на переломе» времен. // http://www.nrgumis.ru/articles/article_full.php?aid=37.
- 14) Кононенко В.А. Создать образ России? / Россия в глобальной политике // <http://www.globalaffairs.ru/numbers/19/5549.html>.
- 15) Кубышкин А.И., Н. А. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США. Учебное пособие для вузов. М. изд. Аспект Пресс . 2013.- 272 с.
- 16) Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс] : библиогр. указ. / сост. Н. К. Бикбова, Е. Н. Иванова. - Оренбург : ОГУ, 2012. - Режим доступа: <http://artlib.osu.ru/>
- 17) Межкультурные коммуникации: основные направления и формы (опыт зарубежных стран, России и Казахстана). Коллектив авторов: Пшенко К.А., Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В., Нукетаева Д.Ж., Бисенов К.А., Кульдеева Г.И. Алматы, изд. Казак энциклопедиясы», 2011– 467 с.
- 18) Молодяков В.Э. Государственный имиджмейкинг в Японии: исторический опыт, проблемы, перспективы. // <http://www.japan-assoc.ru/publikacii/nauka/japon-oryut-2006-1/gosudarstvennyi-imidzhmeiking-v-japonii.html>.
- 19) Николаева Ю.В. Актуальные проблемы внешней культурной политики Франции в начале XXI века. СПб. изд. СПбГУ, 2013. - 208 с.
- 20) Подгорная Л.П., Подгорный З.Р. Имидж и стереотип в контексте политической коммуникации. // http://www.portalus.ru/modules/philosophy/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1108626759&archive=0211&start_from=&ucat=1&.
- 21) Романенко Ю. Продвижение имиджа России: ошибки и успехи. // <http://politics.in.ua/index.php?go=News&file=print&id=7548>.
- 22) Рязанцева Н.Б. Фокин В.И. Международная культурная интеграция: учебное пособие: в 2 ч. Ч.2 .СПб.: СПбГУ, 2008. - 214 с..
- 23) Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: Учеб. пособие. - М.: Инфра-М, Альфа-М, 2010. - 288 с.
- 24) Словарь по межкультурной коммуникации. Понятия и персоналии. В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Киринозе, Р.П. Рябов. - М.: Флинта: Наука, 2010. - 136 с. Проспект, 2010. — 216 с.
- 25) Таратухина Ю.В., Черняк Н.В. Сборник практических заданий и кейсов по курсу «Деловая и межкультурная коммуникация»: уч. пособие / Ю.В. Таратухина, Н.В. Черняк. – Минск: Экоперспектива, 2012. –213 с.
- 26) Brien J., Guerville M. Branding France. // http://www.brandchannel.com/papers_review.asp?sp_id=572.
- 27) Kull S. America's Image in the World. 06.03.2007 // http://www.worldpublicopinion.org/pipa/articles/views_on_countriesregions_bt/326.php?lb=btvoc&pnt=326&nid=&id.

- 28) Van Ham P. The Rise of the Brand State. // http://www.foreignaffairs.org/20010901_facomment5564/peter-van-ham/the-rise-of-the-brand-state.html.
- 29) Walker P. Branding a nation. // <http://www.profile-extra.co.uk/sitesearchpage.aspx?sid=1EBD0113-1EAF-4FE1-ABE0-864B4D20B1B6&spg=1>.
- 30) Williamson P. Germany: die neu marke. // http://www.brandchannel.com/features_profile.asp?pr_id=144.
- 3.2.2. Специальный раздел:
- 1) Агапитова С.Ю. Информационное вещание на ТВ (Опыт Ленинградского – Петербургского телевидения). СПб, 2003.
 - 2) Алашеева О. А. Взаимоотношения пресс-службы и СМИ // Средства массовой информации в современном мире. СПб., 2002.
 - 3) Блохин И.Н. Журналистика в мире национальных отношений. Политическое функционирование и профессиональное участие. СПб, 2008.
 - 4) Боброва И., Зимин В. Черный PR? Белый GR! Цветной IR:). Менеджмент информационной культуры. М.-СПб., 2006.
 - 5) Бойкова Н.Г., Васильева Т.В. Рушин Д.А. Средства массовой информации и современное общество. СПб, 2000. - 267 с.
 - 6) Быков, И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования: монография. - СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. - 200 с http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1460022652_1434.pdf
 - 7) Быков, И. А., Филатова, О. Г. Технологии Веб 2.0 и связи с общественностью: смена парадигмы или дополнительные возможности? // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2011. Сер. 9. № 2. - С. 226-237. http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1460024771_058.pdf
 - 8) Бурдые П. О телевидении и журналистике. Перевод с французского: Т. А. Анисимова, Ю. В. Маркова, Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии, 2002.
 - 9) Варакута, С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 207 с. http://wabby.ru/obm/upload/1943_1322627312_5516.pdf
 - 10) Вартанов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества. На телевизионных подмостках. М., 2003.
 - 11) Вартанова Е. Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. - М.: МедиаМир, 2009. 488 с.
 - 12) Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2003. - 335 с.
 - 13) Васильева Т.В., Осинский В.Г., Петров Г.Н. Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат. Ч.1,2. СПб, 2002, 2003.
 - 14) Виноградова С. М. Медиарилейшнз, публичная дипломатия и связи с общественностью в международных отношениях //Теория и практика связей с общественностью/часть II. Технологии, практические методы и приемы работы в сфере связей с общественностью/ учебное пособие/под ред. С.Ю.Чимарова и Л.Е.Вострякова. СПб.: Издательство СЗИУ РАНХиГС, 2012. С.313- 357
 - 15) Виноградова С. М. Медиарилейшнз в контексте взаимодействия публичной дипломатии, PR и GR: концептуальные аспекты // Управленческое консультирование. 2012. № 4 (48). С. 099-107
 - 16) Виноградова С. М. Развитие социологического знания о журналистике (историко-теоретический очерк) // Социология журналистики/ под ред. С.Г.Корконосенко. 2 изд., перedel. и доп. Учебник. М.: Издательство Юрайт, 2013
 - 17) Виноградова С. М., Мельник Г. С. Деловая журналистика. Учебное пособие. СПб.: Питер. 2010;
 - 18) Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. Учебник. М. :Юрайт, 2014;

- 19) Виноградова С.М., Мельник Г.С., Панцеров К.А. Медиаориентированный подход в подготовке специалистов по связям с общественностью в сфере международных отношений // Медиаобразование. 2017. № 1. С. 132-148.
- 20) Виноградова С. М., Руцин Д.А. Политический маркетинг и публичная дипломатия в создании картины мира // Вестник Российского философского общества. 2015. № 3 (75). С. 35-38.
- 21) Вишняков Я. Д., Радаев Н. Н. Общая теория рисков. Изд. Центр Академия, 2008. – 368 с.
- 22) Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия современной российской журналистики. В 2-х т. М., 1998.
- 23) Волковский Н.Л. Информационные войны. СПб, 2003.
- 24) Гаврилов К. А. Социология восприятия риска: опыт реконструкции ключевых подходов. ИС РАН, 2009. – С. 38-48.
- 25) Геополитика: учебник и практикум / С. М. Виноградова, Д. А. Руцин, Ю. Г. Дунаева, Т. Ю. Шалденкова; под ред. С. М. Виноградовой. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 273 с. <http://urait.ru/catalog/399981> \
- 26) Глухова А.В. Политические конфликты: основания, типология, динамика (теоретико-методологический анализ). М.,2000.
- 27) Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз. Учебное пособие. — М.: Инфра-М, 2007.
- 28) Дубицкая В. ТВ: Мифологии в электронных СМИ. М., 1998.
- 29) Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999.
- 30) Засурский И. Масс-медиа второй республики. М.,1999.
- 31) Засурский И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е. М., 2001.
- 32) Иванов А. А., Олейников С. Я., Бочаров С. А. Риск-менеджмент. Учебно-методический комплекс. Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 193 с.
- 33) Ильченко С.Н. Отечественное телевидение постсоветского периода: история, проблемы, перспективы (учебное пособие). СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008. – 182 с.
- 34) Ильченко С.Н. Отечественное телевидение на рубеже столетий. СПб, 2009.
- 35) Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. М.,1994.
- 36) Информационное общество: информационные войны, информационное управление, информационная безопасность / Под ред. М.А. Вуса. СПб, 1999.
- 37) Интернет-СМИ. Теория и практика: Уч. пособие. Под ред. Лукиной М.М. — М.: Аспект Пресс, 2010.
- 38) Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста. Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2016.
- 39) Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М., 2000.
- 40) Караулов А. Вокруг Кремля. Диалоги. В 2-х т. М., 1993.
- 41) Коваленко Б.В, Пирогов А.И., Рыжов О.А. Политическая конфликтология. М., 2002.
- 42) Ковлер А. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. М., 1995.
- 43) Коновченко С.В. Программа дисциплины «СМИ как фактор политического процесса в России». Для направления 5030200.62 – Политология подготовки бакалавра. М.: Государственный университет – Высшая школа экономики, 2006.
- 44) Корконосенко С. Г. Основы журналистики. / Учебник. — М.: Аспект Пресс, 2004.
- 45) Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: учебное пособие / С. Г. Корконосенко. — М.: КНОРУС, 2016. — 272 с. http://www.knorus.ru/upload/knorus_new/pdf/7828.pdf
- 46) Коротков Э. М. Антикризисное управление. ИНФРА - М, 2010. – 311 с.

- 47) Кочеткова А. В. Медиапланирование. М., 2003.
- 48) Кривоносов А. Д. Жанры PR-текста: Учеб. пособие для студ. отделений связей с общественностью. СПбГУ, 2001.
- 49) Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. — 2-е изд., доп. — СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002.
- 50) Лабуш Н.С., Пую А.С., Евсеев А. Информационные технологии и терроризм: теория и современная практика: Учеб. пособие. СПб.: Роза мира, 2005.
- 51) Лабуш Н.С., Бекуров Р.В. Международное гуманитарное право и профессиональная деятельность журналиста: Учеб. пособие. — СПб.: Роза мира, 2004.
- 52) Лисичкин В.А., Шелепин Л.А., Третья мировая: Информационно-психологическая война. М., 1999.
- 53) Луман Н. Понятие риска/ Н. Луман // TESIS. - 1994. -№ 5.- С. 135-160.
- 54) Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003.
- 55) Марков, А. А. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / А. А. Марков. — СПб.: СПбГИЭУ, 2011. — 163 с.
- 56) Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб, 1996.
- 57) Назайкин А. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М: Альпина Паблшер, 2012.
- 58) Никонов С.Б. Правовые и геополитические проблемы функционирования СМИ. СПб., 2010.
- 59) Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг. Питер, 2003. — 432 с.
- 60) Ольшанский Д. Массовые настроения в политике. М., 1995.
- 61) От книги до Интернета. Журналистика на рубеже тысячелетий / Отв. ред. Я.Н. Засурский и Е.Л. Варганова. М.: Изд-во МГУ, 2000.
- 62) Организация работы пресс-службы // Пресс-служба. Всероссийский специализированный журнал. <http://www.press-service.ru/terms/206>
- 63) Пономарёв Н. Ф. Медиарилейшнз: анализ конкретных случаев: учебное пособие. Пермь, 2012.
- 64) Подкорытов Д.А. Новые медиа в контексте глобальных информационных процессов (политические аспекты). Автореф.канд.дис. СПб. 2002.
- 65) Политика и СМИ. М., 2008.
- 66) Почепцов Г.Г. Информационные войны. Киев, 2000.
- 67) Рихтер А. Г. Правовые основы журналистики. — М.: Издательство Московского университета, 2002.
- 68) Руцин Д.А. Информационная революция и переход к глобальному информационному обществу // Исламская культура в мировой цивилизации и новые идеи в философии. Под ред.: Галимов Б.С., Гуцин Д.А., Солонин Ю.Н. Уфа - Санкт-Петербург: Изд-во СПб ун-та, 2001. С. 288 - 300.
- 69) Руцин Д.А. Политические проекты и политические технологии в Рунете // Политическая и партийная система современной России: материалы Всеросс. науч. конф., 2 окт. 2009 г., Москва / Центр пробл. анализ гос.-упр. проект.; [Ред.-изд. гр.: С.С. Сулакшин (руков.) и др.]. — М.: Научный эксперт, 2009. — 368 с. С. 285 -298.
- 70) Руцин Д.А. Революции Твиттера и Фейсбука на Ближнем Востоке // Международная конференция «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения». 21-22 апреля 2011 года. СПб: Факультет журналистики СПбГУ, 2011. <http://rus.jf.spbu.ru/conference/1205/1207.html>.
- 71) Руцин Д.А. Рунет как инструмент политических технологий и политической борьбы // Россия между парламентскими и президентскими выборами: актуальные вопросы внутренней и внешней политики: Материалы международной научной конференции, 30 января 2004 г. / Под ред. К.К. Худолея. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004. С. 16 – 22.

- 72) Рыклина М. В. Пресс- секретарь чрезвычайного ведомства. Советы начинающим: учебное пособие / МЧС России. М.: ФГБУ ВНИИ ГОЧС (ФЦ), 2014.
- 73) Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 350 с. <http://urait.ru/catalog/408312>
- 74) Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 163 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2 <http://urait-book.ru/catalog/423100>
- 75) Сидоров В.А., Кузин В.И., Блохин И.Н., Виноградова С.М., Корконосенко С.Г. - ред.-сост. Журналистика в мире политики. Исследовательские подходы и практика участия. СПб, 2004.
- 76) Средства массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. — М., 2005.
- 77) Средства массовой информации постсоветской России. М., 2005.
- 78) Сухотерин Л., Юдинцев И. Информационная работа в государственном аппарате. М., 2007.
- 79) Студеникин Н.В. PR в условиях кризиса: возможности и риски. Юрайт, 2009. —379 с.
- 80) Татарина Г. Н. Современная пресс-служба: Учебное пособие. Омск 2007.
- 81) Тихомиров А. А. Кризисная коммуникация как условие эффективного управления репутацией организации (американский опыт). Череповецкий гос. ун-т, 2004. —83 с.
- 82) Телерадиоэфир: история и современность. М., 2008.
- 83) Улмер Р. , Селлау Т., Сиджер М. Эффективная кризисная коммуникация. От кризиса к возможности. Изд-во Гуманитарный Центр (Науменко А. А.), 2011. — С. 268.
- 84) Уилкоккс Деннис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ: Пер. с англ. 4-е изд. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2004.
- 85) Федотова М. Г. Связи с общественностью как антикризисный менеджмент: учебное пособие. Изд-во ОмГТУ, 2009. —64 с.
- 86) Цуладзе Автандил. Большая манипулятивная игра. М., 2000.
- 87) Чумиков, А. Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А. Н. Чумиков – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. — 106 с. http://pr-club.com/assets/files/pr_lib/pr_raboty/2016/Chumikov_digest.pdf
- 88) Чумиков А. Н. Медиарилейшнз: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект- Пресс, 2014.
- 89) Шерова Л. М. Работаем со СМИ. — М.: Экспертное сообщество, 2002.
- 90) Шишкина М. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб, 1999.
- 91) GR и лоббизм: теория и технологии: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 315 с. <http://urait.ru/catalog/401283>
- 92) Kim S., Avery E., Lariscy R.W. Are crisis communicators practicing what we preach? An evaluation of crisis response strategy analyzed in public relations research from 1991 to 2009 // Public Relations Review, 2009.
- 93) Lyon L., Cameron G.T. Fess up or stonewall? An experimental test of prior reputation and response style in the face of negative news coverage // Web Journal of Mass Communication Research, 1998.

4. Методика и критерии оценки государственного экзамена

4.1. Форма проведения государственного экзамена: письменная.

4.2. Продолжительность государственного экзамена: 2 академических часа (90 минут) без перерыва.

4.3. Методика и критерии оценки государственного экзамена:

Оценка государственного экзамена производится по 100-балльной шкале: 50 баллов за ответы на тест из общего раздела; 50 баллов за письменный ответ из специального раздела.

Критерии оценивания:

Раздел экзамена	Количество правильных ответов	Баллы
Общий раздел (тест)	менее 6	нет баллов <i>(выставляется оценка неудовлетворительно за весь экзамен)</i>
	6 - 10	10 баллов
	11-15	25 баллов
	16-20	35 баллов
	21-25	45 баллов
	26-30	50 баллов
Раздел экзамена	Характеристика ответа	Баллы
Специальный раздел (письменный ответ на вопрос по проблематике ООП)	полный и правильный ответ на поставленный вопрос, в котором отражены все существенные аспекты рассматриваемой проблематики, продемонстрировано знание ключевых источников и исследований по теме; содержатся аналитические выкладки и прогноз развития рассматриваемой проблемы (международного процесса, явления и др.)	46-50 баллов
	полный и правильный ответ на поставленный вопрос; продемонстрировано знание ключевых источников и исследований по заданной проблематике, в ответе содержатся незначительные фактические ошибки или несущественные противоречия	40-45 баллов
	в целом правильный, но не полный ответ, в котором упущены некоторые	30-39 баллов

	существенные детали, особенности, свойства, характеризующие рассматриваемые проблему, процесс или явление	
	ответ, не полностью отвечающий на поставленный вопрос, содержащий правильные определения, но демонстрирующий недостаточное использование теоретических оснований для аргументации, включающий ошибки, не влияющие на итоговые выводы	20-29 баллов
	ответ, содержащий самый общий, поверхностный ответ на вопрос, присутствуют неточности в определениях и/или серьезные фактические ошибки, демонстрируется неуверенное использование теоретических оснований для аргументации	10-19 баллов
	ответ, демонстрирующий минимальное знакомство с предложенной проблематикой, самое общее представление о ключевых источниках и литературе по теме	5-9 баллов
	неверный ответ, существенные ошибки, искажающие итоговые выводы; отсутствие ответа	нет баллов <i>(выставляется оценка неудовлетворительно за весь экзамен)</i>

Итоговая оценка за государственный экзамен выставляется по традиционной («пятибалльной») шкале на основании суммы баллов за ответы обоих разделов и в соотношении со шкалой оценок Европейской системы перевода и накопления баллов (ECTS).

Сумма баллов	Традиционная шкала оценок	Шкала оценок ECTS	
85-100	«отлично»	A	«отлично»
75-84	«хорошо»	B	«очень хорошо»
65-74		C	«хорошо»
51-64	«удовлетворительно»	D	«удовлетворительно»
35-50		E	«посредственно»

менее 35	«неудовлетворительно»	F	«неудовлетворительно»
----------	-----------------------	---	-----------------------

5. Процедура проведения государственного экзамена

5.1. Государственная итоговая аттестация для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

5.2. Проведение государственного экзамена осуществляется в соответствии с Правилами обучения в СПбГУ, утвержденными приказом от 29.01.2016 № 470/1 «Об утверждении новой редакции Правил обучения по основным образовательным программам высшего и среднего профессионального образования в Санкт-Петербургском государственном университете» (с последующими изменениями и дополнениями).

Приложение № 2 к приказу
первого проректора
по учебной и методической работе
от 04.11.2019 № 11101/1

**Программа государственной итоговой аттестации
в форме защиты выпускной квалификационной работы по основной образовательной
программе ВМ.5568. * «Связи с общественностью в сфере международных отношений»
уровень образования – магистратура**

1. Общие положения

- 1.1. Выпускная квалификационная работа (далее – ВКР) представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника основной образовательной программы магистратуры к самостоятельной профессиональной деятельности.
- 1.2. ВКР является самостоятельным исследованием обучающегося, выполненным под руководством назначенного ему научного руководителя, в соответствии с установленными требованиями.
- 1.3. Целью защиты ВКР является определение уровня подготовленности выпускников и проверка сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом основной образовательной программы в соответствии с требованиями действующего образовательного стандарта.
- 1.4. Объем государственной итоговой аттестации, учебный период и сроки государственной итоговой аттестации указаны в актуальном учебном плане и календарном учебном графике.
- 1.5. Язык подготовки и защиты ВКР – русский.

2. Требования к структуре и содержанию ВКР

- 2.1. Под выпускной квалификационной работой подразумевается итоговая выпускная работа обучающегося в магистратуре СПбГУ по направлению «Международные отношения», публичная защита которой осуществляется в рамках государственной итоговой аттестации. Успешная публичная защита выпускной квалификационной работы перед Государственной экзаменационной комиссией наряду с освоением учебного плана соответствующей образовательной программы является главным основанием для присвоения соответствующей квалификации обучающимся Санкт-Петербургского государственного университета.
- 2.2. Выпускная квалификационная работа магистра является исследованием актуальной научной проблемы, выполненным под руководством научного руководителя.
- 2.3. ВКР магистра должна содержать: обоснование актуальности выбранной темы и новизны работы; постановку цели и задач, решаемых в ходе исследования; обзор использованных источников и исследований по избранной проблематике; возможно, сведения об апробации результатов исследования в виде публикаций, докладов на студенческих научных конференциях, семинарах и т. п.; изложение результатов исследования и их анализ; выводы и (или) рекомендации; список использованных источников и литературы.
- 2.4. Выпускная квалификационная работа должна свидетельствовать об умении автора кратко, логично и аргументировано излагать материал.

3. Требования к порядку выполнения и оформления ВКР

- 3.1. Требованием при подготовке ВКР в соответствии с общепринятыми этическими и правовыми нормами является добросовестное цитирование. Выполнение данного требования отражается в отзыве научного руководителя ВКР на основании

- результатов проверки ВКР на объем заимствования, в т.ч. содержательного выявления неправомерных заимствований.
- 3.2. Выпускная квалификационная работа выполняется обучающимся самостоятельно с момента определения и утверждения темы в порядке, предусмотренном локальными актами СПбГУ.
 - 3.3. В период подготовки ВКР научный руководитель оказывает обучающемуся методическую помощь, проводя индивидуальные и/или групповые консультации по теме работы, предлагая творческие задания.
 - 3.4. Объем завершенной ВКР, не считая таблиц, списка литературы и приложений, должен составлять от 90 до 110 тысяч знаков, включая пробелы.
 - 3.5. Любые цитаты, содержащиеся в ВКР, должны заключаться в кавычки и сопровождаться ссылкой на источник. Искажение текста оригинала на русском языке не допускается; перевод цитируемого текста на иностранном языке должен полностью передавать смысл цитируемого высказывания. В случае обнаружения в выпускной квалификационной работе дословных или близких к тексту заимствований из произведений других авторов (включая документы и тексты на иностранных языках), не заключенных в кавычки и не сопровождаемых ссылкой на источник, работа получает оценку “неудовлетворительно”.
 - 3.6. Ссылки на использованную литературу и источники в тексте оформляются в виде пронумерованных сносок, расположенных в нижней части каждой страницы. Сноски нумеруются подряд, с начала главы (сквозная нумерация).
 - 3.7. Список источников и литературы оформляется в соответствии с правилами, изложенными в Приложении.
 - 3.8. В список источников и литературы могут быть включены лишь те названия, ссылки на которые содержатся в справочном аппарате работы (постраничных сносках).
 - 3.9. Титульный лист выпускной квалификационной работы оформляется в соответствии с требованиями, представленными в п.3. приказа от 03.07.2018 № 6616/1 «Об утверждении форм программ государственной итоговой аттестации».
 - 3.10. ВКР представляется к защите в установленном в СПбГУ порядке.
 - 3.11. В обязанности научного руководителя входит характеристика того, в какой степени компетенции, отраженные в характеристике образовательной программы, были проявлены соискателем при подготовке ВКР, что указывается в письменном отзыве. Отзыв научного руководителя также включает оценку самостоятельности, добросовестности и ответственности, проявленных соискателем при подготовке выпускной работы, характеристику успеваемости обучающегося в ходе работы над ней. Научный руководитель может высказать мнение о возможностях публикации основных положений ВКР, а также практического внедрения ее результатов.
 - 3.12. В обязанности рецензента входит экспертиза выпускной работы (оценка соответствия содержания и оформления) предъявляемым требованиям и составление рецензии. Рецензия должна содержать оценку актуальности, ценности и достоверности полученных результатов, оформления работы, а также содержать критические замечания и завершаться заключением о соответствии/несоответствии представленной ВКР предъявляемым требованиям. Рецензент рекомендует выставление оценки («неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») и, в случае рекомендации положительной оценки, завершает отзыв заключением о целесообразности присвоения обучающемуся соответствующей квалификации.

4. Методика и критерии оценки ВКР

- 4.1. Вид ВКР: теоретическая работа, прикладная работа.
- 4.2. Общая продолжительность защиты ВКР – не более 20 минут., продолжительность выступления – не более 10 минут.

4.3. Оценка за ВКР выставляется Государственной экзаменационной комиссией с учетом выступления обучающегося, мнения научного руководителя, рекомендуемой оценки рецензента и публичной дискуссии, в зависимости от соответствия работы требованиям данного раздела, а также с учетом следующих критериев:

№	Наименование критерия
1.	Актуальность проблематики
2.	Научная новизна
3.	Корректность постановки цели, взаимосвязанность цели и задач
4.	Степень разработанности источниковой базы и качество критики источников
5.	Полнота и разнообразие списка использованной литературы
6.	Соответствие методов исследования поставленной цели и задачам
7.	Соответствие результатов ВКР поставленной цели и задачам
8.	Качество оформления текста
9.	Ответственность и основательность обучающегося в период работы над ВКР
10.	Качество выступления обучающегося в ходе защиты, полнота и содержательность ответов на вопросы и замечания, активность участия в дискуссии

Члены государственной экзаменационной комиссии оценивают ВКР на основе представленных критериев по пятибальной шкале.

Государственная комиссия выставляет единую оценку, согласованную всеми членами комиссии.

5. Процедура защиты ВКР

- 5.1. ВКР подлежит размещению обучающимся в системе информационной поддержки образовательного процесса в порядке, предусмотренном соответствующим регламентом СПбГУ.
- 5.2. Государственная итоговая аттестация для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.
- 5.3. Защита ВКР осуществляется в соответствии с Правилами обучения СПбГУ, утвержденными приказом от 29.01.2016 № 470/1 «Об утверждении новой редакции Правил обучения по основным образовательным программам высшего и среднего профессионального образования в Санкт-Петербургском государственном университете» (с последующими изменениями и дополнениями).

Приложение к Программе
государственной итоговой аттестации
в форме защиты выпускной квалификационной работы
утвержденной приказом от 07.11.2019 № 11101/1

Примеры оформления подстрочных ссылок и элементов списка использованных источников и литературы

1. Законодательный акт:

Оформление в списке использованных источников:

Федеральный закон № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2012. № 53 Часть 1. – Ст. 7598.

Оформление библиографической ссылки (т.е. в сноске):

Федеральный закон № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. - 2012. № 53 Часть 1. – Ст. 7598. С. 12 - 16.

2. Собрание сочинений / отдельный том многотомного издания:

Оформление в списке использованных источников:

Маркс, К. Сочинения. В 50 т. Т. 46. Ч. II / К. Маркс, Ф. Энгельс. - М.: Политиздат, 1984. – 556 с.

Оформление библиографической ссылки:

Маркс, К. Сочинения. В 50 т. Т. 46. Ч. II / К. Маркс, Ф. Энгельс. - М.: Политиздат, 1984. – С. 213.

3. Монография 1-го – 3-х авторов:

Оформление в списке использованных источников:

Задохин, А.Г. Низовский А.Ю. Пороховой погреб Европы/ Задохин, А.Г. Низовский А.Ю. - М. : Вече, 2000. – 416 с.

Оформление библиографической ссылки:

Задохин, А.Г. Низовский А.Ю. Пороховой погреб Европы/ Задохин, А.Г. Низовский А.Ю. - М. : Вече, 2000, с. 45

4. Статья из сборника произведений разных авторов (с указанием автора у каждой статьи в оглавлении сборника):

Оформление в списке использованных источников:

Гаврилов, Е. Д. Функция рационального выбора в политической науке / Е. Д. Гаврилов. // Функция рационального выбора в политической науке: сборник / Московский государственный политологический университет (МГПУ) (М.), Институт экономики и финансов; ред. В. Ф. Красина. – М. : ЮНИТИ-ДАН, 2000. - 876 с.

Ли, С. Уроки рыночной трансформации российской экономики / С. Ли // Экономические реформы в России и Китае глазами российских и китайских экономистов / под ред. В. Т. Рязанова [и др.]. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – 400 с.

Оформление библиографической ссылки:

Гаврилов, Е. Д. Функция рационального выбора в политической науке / Е. Д. Гаврилов. // Функция рационального выбора в политической науке: сборник / Московский государственный политологический университет (МГПУ) (М.), Институт экономики и финансов; ред. В. Ф. Красина. – М. : ЮНИТИ-ДАН, 2000. – с. 146

Ли, С. Уроки рыночной трансформации российской экономики / С. Ли // Экономические реформы в России и Китае глазами российских и китайских экономистов / под ред. В. Т. Рязанова [и др.]. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – С. 99 - 119.

5. Статья из сборника тезисов/материалов конференции:

Оформление в списке использованных источников:

Нуреев, Р. М. Россия на пути в постиндустриальное общество: прогнозы и реальность / Р. М. Нуреев // Управление инновациями – 2010: тезисы международной научно-практической конференции (15-17 ноября 2010 г., Москва). / Российская Академия Наук (М.), Институт проблем управления им. В. А. Трапезникова; ред. Р. М. Нижегородцев. - М. : Ленанд, 2010. – 484 с. - С.12 - 17.

Оформление библиографической ссылки:

Нуреев, Р. М. Россия на пути в постиндустриальное общество: прогнозы и реальность / Р. М. Нуреев // Управление инновациями – 2010: тезисы международной научно-практической конференции (15-17 ноября 2010 г., Москва). / Российская Академия Наук (М.), Институт проблем управления им. В. А. Трапезникова; ред. Р. М. Нижегородцев. - М. : Ленанд, 2010. – 484 с. - С.13.

6. Коллективная монография (с указанием авторов на обороте титульного листа/ в предисловии / во введении):

Оформление в списке использованных источников:

Современная фирма: зарубежный и отечественный опыт: очерки / А. А. Демин [и др.]; под ред. А. А. Демина. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999. – 344 с.

Оформление библиографической ссылки:

Современная фирма: зарубежный и отечественный опыт: очерки / А. А. Демин [и др.]; под ред. А. А. Демина. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999. – С. 149.

В.В.Ковалёва. - М. : Проспект, 2012. – С. 173.

7. Антология:

Оформление в библиографическом списке:

Франкфуртская школа политической философии: К. Мейр, Е. Вайншток, Ф. Аллекес / предисл., коммент., сост. В. С. Артамонова. - М.: Полития, 1995. – 444 с.

Оформление библиографической ссылки:

Франкфуртская школа политической философии: К. Мейр, Е. Вайншток, Ф. Аллекес / предисл., коммент., сост. В. С. Артамонова. - М.: Полития, 1995. – 444 с. **8.**

8. Статья в журнале:

Оформление в списке использованных источников:

Ерошкин, А. Новые тенденции взаимодействия развитых и развивающихся стран в инновационной сфере / А. Ерошкин, М. Петров // Мировая экономика и международные отношения. - 2012. № 12. – С.3 - 14.

Рязанов В.Т. Наднациональные и национальные регуляторы в условиях глобальной экономической нестабильности / В.Т.Рязанов // Вестник Санкт-Петербургского Государственного Университета. Серия 5, Экономика. - 2012. № 2. – С. 13-33.

Оформление библиографической ссылки:

Ерошкин, А. Новые тенденции взаимодействия развитых и развивающихся стран в инновационной сфере / А. Ерошкин, М. Петров // Мировая экономика и международные отношения. - 2012. № 12. – С. 7.

Рязанов В.Т. Наднациональные и национальные регуляторы в условиях глобальной экономической нестабильности / В.Т.Рязанов // Вестник Санкт-Петербургского Государственного Университета. Серия 5, Экономика. - 2012. № 2. – С. 25.

9. Статистический сборник:

Оформление в списке использованных источников:

Российский статистический ежегодник 2011: статистический сборник / Федеральная служба государственной статистики. Росстат, 2011. Ред. А.Суринов. - М., 2011. – 800 с.

Оформление библиографической ссылки:

Российский статистический ежегодник 2011: статистический сборник / Федеральная служба государственной статистики. Росстат, 2011. Ред. А.Суринов. - М., 2011. – С. 787.

10. Статья, размещенная в Интернет:

Оформление в списке использованных источников:

Панарин, И. Н. Дипломатия и геополитика/ Панарин, И. Н. URL: <http://panarin.ucoz.com/publ/1-1-0-15> (дата обращения: 20.10.2015).

Оформление библиографической ссылки: Панарин, И. Н. Дипломатия и геополитика/ Панарин, И. Н. URL: <http://panarin.ucoz.com/publ/1-1-0-15> (дата обращения: 20.10.2015).

11. Сборник произведений разных авторов на иностранном языке:

Оформление в списке использованных источников:

Zartman, W. Risk and Preventive Negotiations / W. Zartman // Negotiated Risks: International Talks on Hazardous Issues / ed.: R. Avenhaus, G. Sjostedt. - Berlin; Heidelberg; New York: Springer, 2009. – P. 111 - 127.

Оформление библиографической ссылки:

Zartman, W. Risk and Preventive Negotiations / W. Zartman // Negotiated Risks: International Talks on Hazardous Issues / ed.: R. Avenhaus, G. Sjostedt. - Berlin; Heidelberg; New York: Springer, 2009. – P. 120.

12. Иностранная коллективная монография:

Оформление в списке использованных источников:

Key Concepts in Public Relations / B. Franklin [et al.]. - London : SAGE Publications, 2009. – 254 p.

Оформление библиографической ссылки:

Key Concepts in Public Relations / B. Franklin [et al.]. - London : SAGE Publications, 2009. – P. 127.

13. Иностранная монография 1-го – 3-х авторов:

Оформление в списке использованных источников:

Arnold, S. The Growth of Political Monsters / S. Arnold - L: MAT Press, 2011. – XXII. – 434 p.

Оформление библиографической ссылки: Arnold, S. The Growth of Political Monsters / S. Arnold - L: MAT Press, 2011. – XXII. – pp. 23-45

14. Статья в иностранном журнале:

Оформление в списке использованных источников:

Devezas, T. Linstone H. Technological Innovation and The Long Wave Theory / T.Devezas, H.Linstone // Technological Forecasting and Social Change. - 2012. № 79. – P.414-416.

Оформление библиографической ссылки:

Devezas, T. Linstone H. Technological Innovation and The Long Wave Theory / T.Devezas, H.Linstone // Technological Forecasting and Social Change. - 2012. № 79. – P.416.