

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.10.2023 14:41:49
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf376139d988ec1c5bb2f5eb80e29abfed7f4798f5447



Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:
Декан факультета журналистики
_____/Ю.В. Шуйская/
«28» сентября 2023 г

Рабочая программа дисциплины

**Связи с общественностью в государственном секторе. Коммуникационное сопровождение
электоральных процессов**

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Связи с общественностью в государственном секторе. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Смекалина К. С. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 25 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Смекалина К. С.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «26» сентября 2023 г., протокол № 1.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель. Закрепить навыки создания эффективных взаимоотношений в государственных структурах.

Задачи. Провести тренинги в аудиторной и самостоятельной формах по анализу видов профессиональной деятельности и по подготовке кампаний в государственных структурах.

Дисциплина преподается в традиционных для российского высшего образования лекционной и семинарской формах обучения. На семинарах, помимо пассивных, используются и активные методы взаимодействия преподавателя с обучающимися (деловые игры, тренинги, дискуссии, разбор кейсов и т. д.), позволяющие полнее раскрыть творческий потенциал слушателей.

РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1.

Универсальные компетенции

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
Универсальные компетенции			
Командная работа и лидерство	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командной работы ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических

			действий в сфере презентации результатов работы команды
--	--	--	---

**РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

Дисциплина относится к формируемой участниками образовательных отношений части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Освоение дисциплины «Связи с общественностью в государственном секторе. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов» базируется на знаниях, полученных в ходе изучения дисциплин «Основы рекламной деятельности», «Техника и технологии создания рекламных сообщений», а также на первичном опыте, приобретенном обучающимися в процессе изучения дисциплины «Основы спичрайтинга».

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

Таблица 4.1

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы
на очной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
3 семестр							
3	108			34		72	2 Зачет
Всего по дисциплине							
3	108			34		72	2

Таблица 4.2

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы
на заочной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
4 семестр							
3	108			6		98	4 Зачет
Всего по дисциплине							
3	108			6		98	4

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля

Таблица 4.3

Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины очная форма обучения

Темы\разделы(модули)	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по кур.р.				
		Лаб.р	Прак./сем.					
Раздел I. Связи с общественностью в государственном секторе								
Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти						6		12
Тема 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.						6		12
Тема 3. Реклама и медиапланирование						6		12
Тема 4. Связи с общественностью в различных органах власти						6		12
Тема 5. PR-технологии в привлечении инвестиций.						6		16
Раздел II. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов								
Тема 6. Базовые документы по PR.			8			12		20
Тема 7. Проблемы организации связей с общественностью в			4			6		10

органах власти в России и мире								
Тема 8. Место PRв электоральном процессе			4			6		10
Тема 9. Политическая PR-кампания			4			6		10
Тема 10. Создание имиджа политика			4			6		10
Тема 11. Порядок подготовки агитационных материалов			10			6		16
Зачет							2	2
Всего часов			34			72	2	108

Таблица 4.4

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
заочная форма обучения**

Темы\разделы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов	
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа						Контактная работа по кур.р.
		Лаб.р	Прак./сем.					
Раздел I. Связи с общественностью в государственном секторе								
Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти					12		12	
Тема 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.					8		8	
Тема 3. Реклама и медиапланирование					8		8	
Тема 4. Связи с общественностью в					8		8	

различных органах власти								
Тема 5. PR-технологии в привлечении инвестиций.						8		8
Раздел II. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов								
Тема 6. Базовые документы по PR.								
Тема 7. Проблемы организации связей с общественностью в			2			8		10
органах власти в России и мире			1			8		9
Тема 8. Место PR в электоральном процессе			1			8		9
Тема 9. Политическая PR-кампания			1			10		11
Тема 10. Создание имиджа политика			1			10		11
Тема 11. Порядок подготовки агитационных материалов						10		10
Зачет							4	4
Всего часов			6			98	4	108

Таблица 4.5

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела\темы дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Раздел I. Связи с общественностью в государственном секторе		
1	Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти	Роль связей с общественностью в государственных структурах. Цели и задачи связей с общественностью в связях с общественностью. Специфика связей с общественностью в органах государственной власти. Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз».

2	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКОС, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью. Правовое обеспечение связей с общественностью.
3	Реклама и медиапланирование	Понятие рекламной коммуникации, ее цели и основные составляющие. Эффективность рекламной коммуникации. Понятие медиапланирования, медиаканал и медианоситель. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании. Цели и задачи медиапланирования. Этапы медиапланирования, охват аудитории и количество рекламных контактов. Создание медиаплана для рекламной кампании. Медиа-бриф. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана. Показатели, которые используются для оценки концепции медиапланирования. Критерии анализа и выбора средств распространения рекламы. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки. Реклама в прессе. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Реклама в Интернет.
4	Связи с общественностью в различных органах власти	Связи с общественностью в органах исполнительной власти. Связи с общественностью в органах законодательной власти. Специфика связей с общественностью в силовых структурах. Связи с общественностью региональных органов власти. Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Модели связей с общественностью в государственных организациях. Цели связей с общественностью в государственном управлении.
5	PR-технологии в привлечении инвестиций.	Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в Государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты. Этапы Фандрайзинга. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций.
Раздел II. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов		
1	Базовые документы по PR.	Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («red folder»)), приглашение на PR-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись)

		фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR- документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета. Виды рабочих мероприятий.
2	Проблемы организации связей с общественностью в органах власти в России и мире	Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня в России. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня в мире.
3	Место PR в электоральном процессе	Необходимость привлечения специалистов в сфере рекламы и PR для успешного проведения электорального процесса.
4	Политическая PR-кампания	Порядок проведения предвыборной кампании. Основные законные и подзаконные акты.
5	Создание имиджа политика	Правовые основы имиджевых мероприятий. Создание имиджа политического лидера и лидера оппозиции. Основные приемы, которые используются в создании имиджа.
6	Порядок подготовки агитационных материалов	Техника и технология создания агитационных материалов. Приемы агитации: печатная, телевизионная, уличная.

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: повторно изучить лекционный материал, изучить различные издания для более продуктивной деятельности на семинарских занятиях, изучить список литературы.

Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти

1. Правовые основы работы PR в органах власти
2. Теория связей с общественностью

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.

1. Этика специалиста в сфере рекламы и PR при работе с органами власти

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 3. Реклама и медиапланирование

1. Особенности рекламных сообщений, связанных с властными структурами.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 4. Связи с общественностью в различных органах власти

1. Типология органов власти.

2. Особенности PR-технологий в зависимости от типа органа власти.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 5. PR-технологии в привлечении инвестиций.

1. Зачем нужны инвестиции?

2. Виды инвестирования.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 6. Базовые документы по PR.

1. Список необходимой документации для эффективного сопровождения электорального процесса.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

для заочной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: повторно изучить лекционный материал, изучить различные издания для более продуктивной деятельности на семинарских занятиях, изучить список литературы.

Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти

1. Правовые основы работы PR в органах власти
2. Теория связей с общественностью

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.

1. Этика специалиста в сфере рекламы и PR при работе с органами власти

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 3. Реклама и медиапланирование

1. Особенности рекламных сообщений, связанных с властными структурами.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 4. Связи с общественностью в различных органах власти

1. Типология органов власти.
2. Особенности PR-технологий в зависимости от типа органа власти.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 5. PR-технологии в привлечении инвестиций.

1. Зачем нужны инвестиции?
2. Виды инвестирования.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

Тема 6. Базовые документы по PR.

1. Список необходимой документации для эффективного сопровождения электорального процесса.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267 с.

РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями п. 7.3 ФГОС ВО в целях реализации компетентного подхода в учебном процессе дисциплины «Связи с общественностью в государственном секторе. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов» предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение вопросов, выносимых на семинарское и практические занятия, происходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме обсуждений, дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных аспектов обучения в ходе их знакомства с профессией.

**Интерактивные образовательные технологии,
используемые на аудиторном практическом занятии**

Таблица 5.1

Очная форма обучения

Наименование тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти	Семинарское занятие. «Круглый стол»: обсуждение роли PR в работе органов власти.	20

Таблица 5.2

Заочная форма обучения

Наименование тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти	Семинарское занятие. «Круглый стол»: обсуждение роли PR в работе органов власти.	20

ПРАКТИКУМ

На протяжении курса студенты должны постоянно практиковаться в разработках PR-кампаний разного типа: избирательные кампании, создание агитационных материалов и т.д. Особое внимание при проверке будет уделяться не только непосредственно материалам, но и технике и технологии создания материалов.

**РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с проведением семинарского и практических занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, вырабатываются практические навыки столь важные для успешной подготовки к профессии и к созданию и защите выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей в журнале «Журналист»; ответы на контрольные вопросы; решение задач; подготовку к тренингам и выпуску учебной газеты, практическую работу коллектива редакции в режиме реального времени. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем и участием в тренингах и практических занятиях.

Таблица 6.1

Самостоятельная работа

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Раздел I. Связи с общественностью в государственном секторе	
Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти	Проследить эволюцию процессов в сфере связей с общественностью, применяемых в работе с органами власти. Подготовить эссе к семинарскому занятию и тезисы к дискуссии.

Тема 2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	Этические основы, которыми руководствуется специалист в сфере рекламы и PR при работе с органами власти. Прочитать основные федеральные законы, которые касаются PR в органах власти.
Тема 3. Реклама и медиапланирование	Какие виды рекламы уместны в работе с органами власти?
Тема 4. Связи с общественностью в различных органах власти	Типология органов власти и особенности работы в сфере рекламы и связей с общественностью в них. Работа с должностными лицами.
Тема 5. PR-технологии в привлечении инвестиций.	Виды инвестирования, которые применимы в работе с органами власти. Особенности получения инвестирования.
Раздел II. Коммуникационное сопровождение электоральных процессов	
Тема 6. Базовые документы по PR.	Работа над самостоятельным составлением базовой документации по PR для данных преподавателем типов органов власти.
Тема 7. Проблемы организации связей с общественностью в органах власти в России и мире	Разбор конкретных кейсов с недочетами в работе связей с общественностью в органах власти на территории РФ и за рубежом.
Тема 8. Место PR в электоральном процессе	Разбор избирательных компаний последних лет с точки зрения PR-технологий.
Тема 9. Политическая PR-кампания	Анализ и оценка зарубежной избирательной компании (любая страна и любой политик) и сравнение с отечественными PR-технологиями.

6.1. Темы эссе, дискуссии¹

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
3. Основные термины и понятия в сфере PR.
4. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Задание 1

Сделайте разбор имиджа администрации района, в котором Вы живете. Что бы Вы сделали для улучшения имиджа?

Задание 2

Составить список нормативно-правовых актов, которыми должен руководствоваться специалист в сфере PR, который работает с органами власти.

Задание 3

Описать порядок создания PR-кампании в рамках национальных проектов РФ.

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

Задание 4

Перечислить функции специалиста по PR в работе органов власти.

Задание 5

Создать пакет документации для мероприятия в рамках избирательной компании.

Задание 6

Описать стратегию избирательной компании. Перечислить всех участников и подробно описать их роли.

Задание 7

Сравнить особенности проведения избирательных кампаний в России и за рубежом. Выделить общее и различное в обоих процессах.

Задание 8

Написать пресс-релизы к мероприятиям, проводимых местной администрацией, так, чтобы их опубликовали в СМИ разного уровня.

Задание 9

Описать особенности аудитории конкретного органа власти и методы воздействия на нее.

Задание 10

Представить тезисно порядок разработки агитационных материалов.

Задание 11

Создать стандартные операции оформления документов в рамках PR-кампании.

РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1В процессе освоения учебной дисциплины «Учебный тренинг (Моделирование газетно-журнальной периодики. Выпуск учебной газеты еженедельного типа)» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы\ средства контроля
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические	Раздел I. Связи с общественностью в государственном секторе	1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина	Тестирование (задания 1 – 11) Написание эссе (темы 1 - 5)

<p>основы социального взаимодействия.</p>	<p>Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти</p>	<p>2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.</p>	<p>Выполнение практических заданий (3 -5) Вопросы к зачету 1 - 13. Задание для самостоятельной работы №1. Устный опрос (темы 1 -2)</p>
<p>ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы.</p>	<p>Раздел II. Коммуникационное сопровождение электро-ральных процессов Тема 6. Базовые документы по PR.</p>	<p>Субъекты и структура российского государственного PR – рынка. Пресс-клиппинг как PR - технология.</p>	<p>Тестирование (задания 1 – 11) Выполнение практических заданий (2 -5) Вопросы к зачету 1 - 13. Задание для самостоятельной работы №1. Устный опрос (темы 1 - 3)</p>
<p>ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки</p>	<p>Раздел I. Связи с общественностью в государственном секторе Тема 1. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти Раздел II. Коммуникационное сопровождение электро-ральных процессов Тема 6. Базовые документы по PR.</p>	<p>Виды рабочих PR- документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудитория- ми и предъявляемые к ним требования Оперативные рабочие информационные документы. Имиджевые корпоративные документы. Служебные PR-документы.</p>	<p>Тестирование (задания 4 – 11) Написание эссе (темы 1 - 5 1) Выполнение практических заданий (3 -5) Вопросы к зачету 1 - 14.</p>

и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды.			
---	--	--	--

7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации зачету

1. Брэнд и его значение в современной рекламе.
2. Классификация брендов.
3. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.
4. Политическое консультирование: типы, виды и формы.
5. Технологии политического консультирования.
6. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
7. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента.
8. Профессиональные требования к специалисту по PR.
9. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
10. Связи с общественностью в государственных структурах.
11. Субъекты и структура российского государственного PR

7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний²

1. Общественное мнение – это...
 - а) совокупность общественных взглядов по определенному вопросу, полученных в результате опросов, на собраниях
 - б) сумма индивидуальных мнений по тому или иному поводу
 - в) результаты проведенного анкетирования или опроса
2. Суждения приобретают статус общественного мнения, если...
 - а) распространены в Интернете
 - б) обсуждаются в коллективе
 - в) публично высказаны и распространены
3. При каком условии может быть успешным формирование общественного мнения?
 - а) при условии определения аудитории потребителей
 - б) при создании доброжелательной атмосферы рыночного взаимодействия
 - в) при условии правильной подачи информации
4. Происхождение термина «общественное мнение» связано...
 - а) с обсуждением разных вопросов жизни государства на городских площадях
 - б) с призывом князя на престол для объявления мира или

² Рубежный контроль проводится для обучающихся на очной форме обучения и оценивается «Зачтено»\ «не зачтено»

войны

в) с появлением информационных бюллетеней

5. Кто в начале XX века впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения?

а) Ю.Хабермас

б) Л. Джордж

в) У. Липпман

6. Деятельность специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы...

13

а) фирма могла утвердиться в деловом мире

б) изменить мнение и поведение людей в свою пользу

в) добиться превосходства над конкурентами

7. Функция общественного мнения, характеризующаяся тем, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни?

а) оценочная

б) директивная

в) консультативная

8. При проведении исследований в городе количество опрошиваемых должно составлять...

а) 1-1,5% от общей численности населения

б) 5% от общей численности населения

в) 10% от общей численности населения

9. Мнение может быть:

а) нейтральным

б) положительным

в) отсутствующим

10. Какая из функций общественного мнения реализуется через оценку каналов выражения?

а) оценочная

б) информационная

в) аналитическая

11. Задачей коммуникативного аудита является...

а) осмысление согласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами населения

б) выяснить установки и мнения людей

в) методы, не требующие вмешательства в работу объектов исследования

14

12. Выборка, анкета, интервью, анализ результатов является элементами...

а) неформальных исследований

б) социальных исследований

в) коммуникативного аудита

13. Выборки могут быть:

а) случайными

б) неслучайными

в) первичными

г) вторичными

14. Квотные выборки являются разновидностью...

- а) случайного отбора
 - б) специального отбора
 - в) неслучайного отбора
15. Неструктурированные выборки, рассчитанные на то, чтобы уточнить мнение – это...
- а) квотные выборки
 - б) пригодные выборки
 - в) кластерные выборки
16. Предварительно выяснить проблему для ее дальнейшего изучения - главная функция...
- а) группового интервью
 - б) анкеты
 - в) опроса
17. Заключительным этапом исследования общественного мнения является...
- а) опрос
 - б) подведение итогов
 - в) анализ
18. Сформированное отношение человека к чему-либо – это...
- а) точка зрения
- 15
- б) мнение
 - в) принцип
19. Систематическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей – это...
- а) общественное мнение
 - б) коммуникация
 - в) массовая коммуникация
20. Контингент людей, организаций, с которыми работает или может соприкоснуться предприятие в силу специфики своей деятельности – это
- а) внутренняя общественность
 - б) внешняя общественность
 - в) собственная общественность
21. К какому государству относится фраза «Глас народа – глас Божий»?
- а) Древний Рим
 - б) Древняя Греция
 - в) Вавилон
22. Общественность – это...
- а) сотрудники предприятия, объединенные служебными отношениями, подчиняющиеся служебной дисциплине
 - б) группа людей, сложившаяся под влиянием определенных обстоятельств, осознающих проблемность ситуации и реагирующих на нее одинаковым образом
 - в) многочисленная группа потребителей, СМИ, участники политических партий, движений
 - г) любые группы, которые проявляют реальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей
23. Отношение к тем или иным проблемам или фактам – это...
- а) оценочное мнение

7.4 Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания

7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.1.1

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Таблица 7.4.1.2

Шкала оценивания на рубежном контроле

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала;

	<ul style="list-style-type: none"> - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.
--	--

7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу

7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4.3

Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки — это умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

Семинарские занятия - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература³

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
Мишон Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 172 с.

Дополнительная литература⁴

:

Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 267с.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus: бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

³ Из ЭБС университета

⁴ Из ЭБС университета

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPРsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO - 3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения	Комплект специальной учебной мебели Компьютер Видеопроектор Маркерная доска Наборы демонстрационного оборудования Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели