

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Связи с общественностью в кризисных ситуациях Б1.В.ОД.1

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сунцов А.В.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. , Беляев Владимир Александрович

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Сунцов А.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Anton.Suncov@ksu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- понимать природу современных связей с общественностью;
- изучить современные принципы антикризисного управления;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики антикризисных PR-кампаний;
- владеть средствами и методами процесса по Связям с общественностью;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения антикризисных PR-кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения PR-кампаний в условиях кризисных ситуаций;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;
- совершенствовать современные теорико-методологические представления Связей с общественностью, овладеть методами, современными технологиями их проведения.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.1 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Курс "Связи с общественностью в кризисных ситуациях" относится к числу базовых курсов в подготовке бакалавра. На курс "Связи с общественностью в кризисных ситуациях" могут в той или иной степени опираться различные последующие по времени изучения дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение коммуникативных аспектов науки в подготовке бакалавра.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-6 (общекультурные компетенции)	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ПК-2 (профессиональные компетенции)	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- структуру, роль и место связей с общественностью в современном обществе;
- методы, функции и особенность становления связей с общественностью уметь применять различные методы решения организационных, медийных и ПР проблем в ходе проведения PR-кампаний;
- механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных;

2. должен уметь:

- владеть технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
- владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий;
- использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия;
- владеть формами делового общения и принципами установления деловых контактов;
- использовать в практической работе полученные знания;

3. должен владеть:

- терминологическим аппаратом Связей с общественностью и рекламы;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках кампаний по привлечению инвестиций;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по Связям с общественностью;
- основную терминологию PR;
- технологию, методы и инструменты антикризисного PR;
- стандарты проведения и регламентации коммуникативной и рекламной деятельности;
- принципы разработки и планирования антикризисных PR-мероприятий;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- терминологическим аппаратом Связей с общественностью;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;

- навыками сравнительного анализа;
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR.	6	1-2	4	6	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.	6	3	2	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.	6	4	2	6	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR.	6	5	2	6	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса.	6	6	2	6	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии.	6	7	2	4	0	Творческое задание
7.	Тема 7. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении.	6	8	2	2	0	Контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Экзамен
	Итого			16	34	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Основные направления и сферы деятельности антикризисных PR. 2. Определения ?Связей с общественностью? в современной науке. 3. Методологическая основа антикризисной PR-деятельности. 4. На какие аспекты кризиса обращают внимание антикризисные PR? 5. Каковы функции антикризисного менеджмента? 6. Каково соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью?

Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Докризисные мероприятия в структуре PR-деятельности. 2. Стратегическое планирование докризисных мероприятий. 3. Ресурсы антикризисной PR кампании. 4. Нейтрализация (блокирование) потока негативной информации.

Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. СМИ в системе антикризисных PR. 2. Функции СМИ системе антикризисных PR. 3. Правила поведения в отношениях со СМИ. 4. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.

Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цели рекламной и антикризисной PR деятельности: продвижение на рынок товаров, продуктов и услуг, создание известности политическому лидеру, поиск и сплочение сторонников определенных идей или социальных институтов.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Виды коммуникации во взаимоотношениях с общественностью. 2. Информационные, имиджевые, рекламные корпоративные документы. 3. Основные средства антикризисной кампании. 4. Цели рекламной и антикризисной PR деятельности: продвижение на рынок товаров, продуктов и услуг, создание известности политическому лидеру, поиск и сплочение сторонников определенных идей или социальных институтов. 5. Виды корпоративных документов в антикризисных PR: информационные, имиджевые корпоративные документы, рекламная продукция.

Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении. 2. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.

Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные виды специальных рекламных, PR-мероприятий и пресс-мероприятий. Церемонии открытия: цели, особенности подготовки, составление программы и сценария. Презентации и приемы: цели, этапы. Сценарий проведения мероприятий. Конференции: основные виды, этапы проведения. Организация дней открытых дверей, ?круглых столов?. Информационное сопровождение. Публичные выступления. Организация и проведение фестивалей и конкурсов. Использование знаменитостей. Маркетинг событий. Выставка, как одно из главных рекламных/PR мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Система антикризисного управления персоналом предприятия. 2. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. 3. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии. Типы кризисов внутри организации. 4. Креативные технологии в работе внутрикорпоративного PR.

Тема 7. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Организационные формы PR-отдела в арбитражном управлении. 2. Особенности работы PR-отделов в арбитражном управлении. 3. Особенности деятельности PR-отдела в некоммерческом секторе.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR.	6	1-2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.	6	3	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.	6	4	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR.	6	5	подготовка к устному опросу	10	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса.	6	6	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии.	6	7	подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
7.	Тема 7. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении.	6	8	подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
	Итого				58	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- чтение и анализ фрагментов философских текстов;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR.

устный опрос , примерные вопросы:

1. На какие аспекты кризиса обращают внимание антикризисные PR? 2. Каковы функции антикризисного менеджмента? 3. Каково соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью?

Тема 2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.

устный опрос , примерные вопросы:

Какие сведения обычно содержит антикризисная программа? 2. Каковы правила поведения организации в кризисной ситуации? На основе каких событий они были разработаны? 3. Какие исключения из правил поведения в кризисной ситуации вам известны? 4. Какие элементы антикризисной стратегии содержатся в правилах поведения организации в условиях кризиса?

Тема 3. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ.

устный опрос , примерные вопросы:

1.Какие проблемы испытывает персонал организации в кризисной ситуации? 2. Каковы возможные ситуации, с которыми сталкивается персонал и топ- менеджмент организации в кризисных условиях? 3. Какие существуют технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации?

Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Назовите комплексные циклы действий в кризисной ситуации. 2. Какие ситуации провоцируют развитие кризиса в организации? 3. Каково место антикризисного мониторинга в системе действий в кризисной ситуации? 4. Как функционируют локальные приемы действий в кризисной ситуации? 5. Что такое псевдоконфликт?

Тема 5. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса.

устный опрос , примерные вопросы:

1.Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование. 2. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR. 3. Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые

Тема 6. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии.

творческое задание , примерные вопросы:

Выполнение кейс-заданий, разработка Проекта медиа плана при возникновении кризиса: торговая организация, банковская сфера, производственная деятельность, орган местного самоуправления, кандидат в депутаты и т.д. Регламент работы: Время работы для разработки проекта до 60 минут.

Тема 7. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении.

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Кризис организаций: сущность, виды и основные причины возникновения. 2. Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. Основные этапы распознавания. 3. Теория и практика отечественного антикризисного PR. 4. Теория и практика зарубежного антикризисного PR. 5. Антикризисный PR: понятие, виды и принципы. 6. Этапы антикризисного PR и их содержание. 7. Типовой план антикризисного PR. 8. Принципы антикризисных PR. 9. Типология кризиса в PR. 10. Типология кризиса внутри организации. 11. Диагностика кризиса в связях с общественностью. 12. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Оперативный контроль - устный опрос.
2. Рубежный контроль - тестирование.
3. Итоговый контроль - зачет.

Вопросы на экзамен

"Связи с общественностью в кризисных ситуациях".

1. Кризис организаций: сущность, виды и основные причины возникновения.
2. Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. Основные этапы распознавания.
3. Теория и практика отечественного антикризисного PR.
4. Теория и практика зарубежного антикризисного PR.
5. Антикризисный PR: понятие, виды и принципы.
6. Этапы антикризисного PR и их содержание.
7. Типовой план антикризисного PR.
8. Принципы антикризисных PR.
9. Типология кризиса в PR.
10. Типология кризиса внутри организации.
11. Диагностика кризиса в связях с общественностью.
12. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование.
13. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR.
14. Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые аспекты.
15. Репутация как основной экономический ресурс в период кризиса.
16. Работа с имиджем организации и первого лица в период кризиса.
17. Использование пресс-релизов в антикризисных коммуникациях.
18. Использование факт-листов, вопросов-ответов в антикризисных коммуникациях.
19. Использование пресс-конференции в антикризисных коммуникациях.
20. Антикризисные пресс-туры и брифинги при взаимодействии с журналистами.

7.1. Основная литература:

1. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>
2. Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. Москва Издательство "ФОРУМ", 2011. <http://znanium.com/go.php?id=243837>
3. Калиева О.М., Лухменева Е.П. Реклама в коммерческой деятельности: учебное пособие. Оренбург Оренбургский государственный университет, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7715>

4. Мандель Борис Рувимович. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие. Москва Вузовский учебник, 2012. <http://znanium.com/go.php?id=367039>
5. Марков Александр Анатольевич. Связи с общественностью в органах власти: Учебник. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. <http://znanium.com/go.php?id=368021>
6. Тимофеев М. И. Связи с общественностью (публик рилейшнз): Учебное пособие. 4. Москва Издательский Центр РИОР, 2009. <http://znanium.com/go.php?id=193225>

7.2. Дополнительная литература:

1. Бугаев Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире. Москва Альпина Паблишер, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9761>
2. Бузин В.Н. , Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. Москва Дашков и К-, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7793>
3. Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. Социология массовой коммуникации: Учебник. 2. Москва Альфа-М Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=404699>
4. Крысько Владимир Гаврилович. Социальная психология. Курс лекций: Учебное пособие. 4. Москва Вузовский учебник Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2011. <http://znanium.com/go.php?id=313109>
5. Недосека О.Н. Основы теории коммуникаций. Курс лекций. Москва ВЛАДОС, 2010. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=2871>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Профессиональный научно-популярный журнал ?PR-Диалог? - <http://www.pr-dialog.com>
Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>
Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>
Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. - <http://www.advertology.ru/>
Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Связи с общественностью в кризисных ситуациях" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

- учебно-наглядные пособия (таблицы, схемы);
- специализированные аудитории (компьютерный класс Кафедры прикладной политологии, мультимедийный класс Кафедры прикладной политологии);
- технические средства обучения (компьютерная техника, аудио-, видеоаппаратура).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Сунцов А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

Беляев Владимир Александрович _____

"__" _____ 201__ г.