

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



Программа дисциплины

Управление общественными отношениями Б3.В.8

Направление подготовки: 081100.62 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Коммуникации в государственном и муниципальном управлении

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Глебова И.С.

Рецензент(ы):

Большаков Андрей Георгиевич

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

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

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

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

Регистрационный No 810883414

Казань
2014

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) Глебова И.С. кафедры государственного и муниципального управления Отделение развития территорий , Irina.Glebova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины (модуля) - приобретение студентами знаний по управлению общественными отношениями для использования их в процессе управления в органах государственной и муниципальной власти.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.8 Профессиональный" основной образовательной программы 081100.62 Государственное и муниципальное управление и относится к вариативной части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Представленная программа предназначена для студентов, обучающихся по направлению государственное и муниципальное управление, уже получившие знания по таким дисциплинам как "Социология", "Деловые коммуникации", "Этика государственной и муниципальной службы". Знания по "Управлению общественными отношениями" являются необходимыми для изучения в дальнейшем таких дисциплин как, "Городское управление", "Социальная психология", "Стратегическое управление МО".

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	стремлением работать на благо общества
ПК-40 (профессиональные компетенции)	способностью использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков и управление бюджетом
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью принимать участие в проектировании организационных действий, умением эффективно исполнять обязанности

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:
- эффективно использовать каналы связей с общественностью,
 - составлять пресс-релизы, писать сообщения, статьи,
 - делать презентации.
 - разрабатывать стратегии и тактики ПР- программ.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).
Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 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. Предмет, структура, основные функции дисциплины. Управление общественными отношениями?	8		2	2	0	
2.	Тема 2. Информационные процессы в обществе. Информационная политика РФ	8		2	2	0	
3.	Тема 3. Коммуникация в организациях	8		2	4	0	
4.	Тема 4. ПР в политике	8		2	2	0	
5.	Тема 5. ПР в бизнесе	8		2	2	0	
6.	Тема 6. ПР и средства массовой информации	8		2	2	0	
7.	Тема 7. Общественное мнение как структурный элемент ПР	8		2	2	0	
8.	Тема 8. Роль ПР в некоммерческих организациях, в сфере здравоохранения и образования	8		2	2	0	
9.	Тема 9. Социальная реклама	8		2	2	0	
10.	Тема 10. Правовые основы ПР	8		2	2	0	
11.	Тема 11. Основные организационные формы ПР и практические мероприятия ПР	8		4	4	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
12.	Тема 12. Основные жанры журналистики и ПР	8		2	2	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, структура, основные функции дисциплины. Управление общественными отношениями?

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Предмет общественных отношений. Структура и основные функции общественных отношений (ПР). Принципы ПР. Задачи специалистов ПР. Условия, необходимые для качественных ПР-программ. Компетентность, требуемая для работы в ПР-отделе. Информационные процессы в обществе и управление. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии. Роль связей с общественностью в гражданском обществе и рыночной экономике. ПР в государственном и муниципальном управлении. Основные функции ПР в органах управления.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Предмет общественных отношений. Структура и основные функции общественных отношений (ПР). 2. Информационные процессы в обществе и управление ими. 3. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии. 4. Роль связей с общественностью в гражданском обществе и рыночной экономике. 5. ПР в государственном и муниципальном управлении.

Тема 2. Информационные процессы в обществе. Информационная политика РФ

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Информация, её роль и функции в социальных системах. Информационное пространство: понятие, структура, свойства. Технологии информационного воздействия в социальных системах. Регулирование информационного пространства на государственном и региональном уровнях. Государственная информационная политика в современной России. Субъекты управления информационным пространством в РФ и РТ. Государственная информационная политика в области информационно-психологической безопасности РФ.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Информация, её роль и функции в социальных системах. 2. Информационное пространство: понятие, структура, свойства. 3. Технологии информационного воздействия в социальных системах. 4. Регулирование информационного пространства на государственном и региональном уровнях. 5. Государственная информационная политика в современной России.

Тема 3. Коммуникация в организациях

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коммуникация как двусторонний процесс обмена сообщениями, основанный на общепринятых понятиях и обусловленный содержанием взаимоотношений коммуникаторов и социальным окружением. Цели отправления сообщений. Основные элементы процесса коммуникации: отправитель сообщения (источник), кодирование (кодировщик), сообщение, декодирование, получатель сообщения, содержание взаимоотношений между коммуникаторами, социальное окружение. Факторы предвзятого восприятия: стереотипы, символы, семантика, давление группы при принятии решения, СМИ. Критерии эффективности действия коммуникации. Возможности и способы влияния на общественность. Три основополагающие закономерности взаимодействия знаний, установки и поведения, относящиеся к убеждению согласно теории Майкла Рэя. Законы общественного мнения. Ловушки общественного мнения. Принципы эффективной коммуникации: правдивость, контекст содержание должно совпадать с системой их ценностей, ясность, непрерывность и последовательность, готовность аудитории. Управление PR-процессом, его составляющие: определение проблем, планирование и программирование, действие и коммуникация, оценка программы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Коммуникация как двусторонний процесс обмена сообщениями. 2. Элементы процесса коммуникации 3. Принципы эффективной коммуникации. Критерии эффективности действия коммуникации. 4. Законы общественного мнения. 5. Ловушки общественного мнения.

Тема 4. PR в политике

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Связи с общественностью в политической сфере. Взаимодействие власти и общественного мнения. История политических и электоральных PR в мире и России. Типичные проблемы политического PR и основные его характеристики. Технологии манипулирования в политическом PR. Внедрение имиджа в массовое сознание через каналы массовой коммуникации. Черный PR. Избирательные технологии. Избирательная кампания. Формирование имиджа политического лидера. Особенности политического манипулирования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Связи с общественностью в политической сфере. 2. Технологии манипулирования в политическом PR. 3. Внедрение имиджа в массовое сознание через каналы массовой коммуникации. 4. Избирательные технологии. 5. Избирательная кампания.

Тема 5. PR в бизнесе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Деловое общение и его формы. Основные цели и направления PR в бизнесе. Структура корпоративной службы PR. Коммуникационная модель маркетинга. Средства информации о товарах. Классификация средств товарной информации. Товарно-сопроводительные документы. Ярмарки и выставки, их роль в процессе рекламы и реализации товара. Формирование имиджа коммерческой фирмы. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная культура. PR ? элемент корпоративной социальной ответственности. Модель и структура имиджа корпорации. Корпоративная репутация. Формирование отношений с потребителями. Влияние системы PR на успешную реализацию концепции маркетинга. Манипуляции в экономической сфере.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основные цели и направления PR в бизнесе. 2. Структура корпоративной службы PR. 3. Формирование имиджа коммерческой фирмы. 4. Корпоративная культура. 5. Корпоративная социальная ответственность бизнеса.

Тема 6. PR и средства массовой информации

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Связи с общественностью и средства массовой информации, средства их взаимодействия. Стратегия и тактика использования СМИ в PR. Каналы выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы. Критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов на аудиторию. Цели, задачи, функции, права и обязанности СМИ. Пресса, радио, телевидение. Работа со средствами массовой информации: формы и методы. Коммуникации и публицити. Принципы организации системы средств массовой коммуникации. Контролируемые и неконтролируемые СМИ. Особенности СМИ в РТ.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие общественность и ее классификация. 2. Понятие общественное мнение. 3. ?Теория когнитивного диссонанса? Фестингера. Правила изменения установки людей. 4. Типы ПР-исследований.

Тема 7. Общественное мнение как структурный элемент ПР

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Ключевое понятие ПР- общественность. Общественность и аудитория. Ситуативный подход к определению общественности. Три фактора ситуативного характера для превращения пассивной аудитории в активную общественность. Разнообразные основания для классификации общественности. Индекс приоритетности значения групп общественности для организации. Понятие общественное мнение. Понятие ?установка?. Характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность. Ориентация и коориентация. Феномены межличностного характера: согласие и понимание. Факторы, обуславливающие индивидуальные ориентации. ?Теория когнитивного диссонанса? Фестингера. Правила изменения установки людей. Типы ПР-исследований: социологические исследования, коммуникативный аудит неформальные исследования ? накопление фактов, анализ различных информационных материалов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Стратегия и тактика использования СМИ в ПР. 2. Цели, задачи, функции, права и обязанности СМИ. 3. Принципы организации системы средств массовой коммуникации. 4. Особенности СМИ в РТ.

Тема 8. Роль ПР в некоммерческих организациях, в сфере здравоохранения и образования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Третий сектор. Добровольность и благотворительность. Фонды. ПР в некоммерческих организациях. ПР в сфере здравоохранения. ПР в средней школе, в высших учебных заведениях. Роль управленческих кадров в реализации ПР-программ. Торгово-промышленные ассоциации, профессиональные объединения, профсоюзы. Роль ПР в профсоюзном движении.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Третий сектор. Добровольность и благотворительность. Фонды. 2. ПР в некоммерческих организациях. 3. ПР в сфере здравоохранения. 4. ПР в средней школе, в высших учебных заведениях. 5. Роль управленческих кадров в реализации ПР-программ.

Тема 9. Социальная реклама

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие социальной рекламы, ее цели и задачи. История развития социальной рекламы. Опыт социальной рекламы в Великобритании и США. Анализ российского и зарубежного опыта создания и использования социальной рекламы. Социальная реклама в коммуникативной деятельности государственных и муниципальных служб.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие социальной рекламы, ее цели и задачи. 2. История развития социальной рекламы. 3. Опыт социальной рекламы в Великобритании и США. 4. Анализ российского и зарубежного опыта создания и использования социальной рекламы. 5. Социальная реклама в коммуникативной деятельности государственных и муниципальных служб.

Тема 10. Правовые основы ПР

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Информационная политика РФ ? проблемы и тенденции развития. Правовые основы ПР. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей. Профессиональная этика: виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Основные компоненты влияния на деятельность ПР: потребители, общественные организации, государство.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Информационная политика РФ ? проблемы и тенденции развития. 2. Правовые основы ПР. 3. Законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей. 4. Профессиональная этика ПР-специалистов.

Тема 11. Основные организационные формы ПР и практические мероприятия ПР

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Основные организационные формы ПР. Практические мероприятия ПР. Основные организационные структуры. Структура ПР-отдела в бизнесе и политике. Преимущества и недостатки ПР-отдела, находящегося внутри организации и за ее пределами, работающего по контракту. Основные классификации ПР-агентств. Использование специальных событий и псевдособытий в ПР-деятельности. Использование ?третьей партии? в ПР-программе.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Основные организационные формы ПР. 2. Практические мероприятия ПР. 3. Структура ПР-отдела в бизнесе и политике. 4. ПР-отделы в государственных и региональных структурах власти. Их функции.

Тема 12. Основные жанры журналистики и ПР

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Принципы и способы работы с журналистами при подготовке ПР-акций. Аудитория СМИ как целевая аудитория ПР. ПР-служба в СМИ. Творчество в связях с общественностью и журналистике. Основные жанры журналистики и ПР. Типология журналистских и ПР-текстов: черты сходства и различия. Сообщения. Традиционные критерии оценки сообщения: влияние, близость, своевременность, известность, новинка, конфликт. Копирайтинг.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Принципы и способы работы с журналистами при подготовке ПР-акций. 2. Аудитория СМИ как целевая аудитория ПР. 3. ПР-служба в СМИ. 4. Основные жанры журналистики и ПР.

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. Предмет, структура, основные функции дисциплины. Управление общественными отношениями?	8		Подготовка к выполнению заданий в микрогруппах	2	Выполнение заданий в микрогруппах
2.	Тема 2. Информационные процессы в обществе. Информационная политика РФ	8		Подготовка к докладу	2	Выступление
4.	Тема 4. ПР в политике	8		Подготовка к выполнению заданий в микрогруппах	2	Выполнение заданий
5.	Тема 5. ПР в бизнесе	8		Подготовка к тестированию	2	Тестирование
6.	Тема 6. ПР и средства массовой информации	8		Подготовка к вопросам	2	Ответы на вопросы

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
8.	Тема 8. Роль ПР в некоммерческих организациях, в сфере здравоохранения и образования	8		Подготовка к докладу	2	Выступление
9.	Тема 9. Социальная реклама	8		Подготовка индивидуального проекта	2	Презентация индивидуального проекта
10.	Тема 10. Правовые основы ПР	8		Подготовка к докладу	2	Выступление
12.	Тема 12. Основные жанры журналистики и ПР	8		Подготовка к тестированию	2	Тестирование
	Итого				18	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

- подготовка презентаций,
- кейс-стади.

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

Тема 1. Предмет, структура, основные функции дисциплины. Управление общественными отношениями?

Выполнение заданий в микрогруппах , примерные вопросы:

1.Что такое гражданское общество? Каким образом ПР может способствовать развитию гражданского общества?

Тема 2. Информационные процессы в обществе. Информационная политика РФ

Выступление, примерные вопросы:

1. Государственная информационная политика в современной России. 2. Субъекты управления информационным пространством в РФ и РТ. 3. Государственная информационная политика в области информационно-психологической безопасности РФ.

Тема 3. Коммуникация в организациях

Тема 4. ПР в политике

Выполнение заданий, примерные вопросы:

Подготовить доклады по темам: - Способы влияния на общественное мнение в СССР. - Идеология и ПР. - История политических и электоральных ПР в мире и России. - Черный ПР.

Тема 5. ПР в бизнесе

Тестирование, примерные вопросы:

3. Выделите функции PR-персонала: а) давать советы и консультировать по вопросам, связанным с PR, б) проводить коммуникационную работу; в) информировать общественность о деятельности государственных структур, г) исследовать и анализировать общественное мнение по определенным вопросам; д) написание PR-программ, е) все вышеперечисленное; ж) ничего из вышеперечисленного. 4. Нижеперечисленное относится к преимуществам или недостаткам PR-отдела внутри организации? - принадлежность к одной команде, единая стратегия, координация действий, - знание особенностей деятельности, тонкостей того или иного политического периода, - экономия средств.

Тема 6. PR и средства массовой информации

Ответы на вопросы, примерные вопросы:

1. Какие средства взаимодействия существуют между связью с общественностью и средствами массовой информации? 2. Назовите стратегия и тактика использования СМИ в PR. 3. Раскройте суть каналов выхода на различные аудитории: СМИ, мероприятия и акции, документы. 4. Назовите критерии отбора и оценка эффективности воздействия разных каналов на аудиторию. 5. Определите цели, задачи, функции, права и обязанности СМИ.

Тема 7. Общественное мнение как структурный элемент PR

Тема 8. Роль PR в некоммерческих организациях, в сфере здравоохранения и образования

Выступление, примерные вопросы:

1. PR в средней школе, в высших учебных заведениях. 2. Роль управленческих кадров в реализации PR-программ. 3. Торгово-промышленные ассоциации, профессиональные объединения, профсоюзы. 4. Роль PR в профсоюзном движении.

Тема 9. Социальная реклама

Презентация индивидуального проекта, примерные вопросы:

Проанализируйте предлагаемую вашему вниманию рекламную продукцию. Можно ли назвать эту рекламу социальной? Обоснуйте ответ. Предложите свои варианты.

Тема 10. Правовые основы PR

Выступление, примерные вопросы:

1. Что такое профессиональная этика? 2. Какие виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста вы знаете? 3. Какие существуют неформальные способы регулирования в области связей с общественностью? 4. Кто может повлиять на деятельность PR-специалистов?

Тема 11. Основные организационные формы PR и практические мероприятия PR

Тема 12. Основные жанры журналистики и PR

Тестирование, примерные вопросы:

К основным направлениям работы специалистов подразделений службы PR следует отнести такие: А. изучение общественного мнения и своевременное информирование о нем руководства с конкретными предложениями по вопросам формирования корпоративной политики; Б. консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании; В. планирование, подготовка и участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит положение фирмы в обществе; Г. формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей; Д. планирование организации рекламных кампаний, популярных статей и выступлений в СМИ, подготовка PR-программ; Е. выработка стратегии фирмы в области ценообразования.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену

1. История развития PR с древних времен.
2. Развитие и институционализация PR в США.
3. Требования к личным качествам специалистов по PR.
4. PR в системе социальных наук.
5. Предмет и основные функции PR.

6. Правовые основы ПР.
7. Идеология и ПР.
8. Информационные процессы в обществе и управлении.
9. Общественное мнение и установка, различия и их взаимосвязь.
10. Процесс коммуникации и его элементы.

7.1. Основная литература:

1. Мамедова Н.А., Кривова Т.А. Управление общественными отношениями: учебно-методический комплекс. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 93 с.
http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6657&ln=ru&search_query=%D1%83%D0%BF%D1%
2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 161 с.
http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040&ln=ru&search_query=%D1%81%D0%B2%D1%
3. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 282 с.
http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5975&search_query=pr

7.2. Дополнительная литература:

1. Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф., Уилкоккс Д. Самое главное в PR/ Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2004. - 560 с.: ил. - (Серия "Маркетинг для профессионалов).
2. Антикризисный PR и консалтинг/ А.С. Ольшевский.- СПб.: Питер, 2003.- 432с.: ил.- (Серия "Маркетинг для профессионалов).
3. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов.- СПб.: Питер, 2005. - 144с.: ил.- (Серия "Маркетинг для профессионалов).
4. Королько В.Г. Политическая реклама: уроки выборов, проблемы// Социология: теория, методы, маркетинг.-1998, ◆6.
5. Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. - Киев, 1997.
6. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение.- СПб.: Питер, 2003.- 352 с.: ил.- (Серия "Учебное пособие").

7.3. Интернет-ресурсы:

аналитический центр Юрия Левады ?Левада-Центр? - www.levada.ru
база данных Фонд ?Общественное Мнение? - www.fom.ru
Г.Л.Тульчинский. PR фирмы: технология и эффективность, 2000 - www.economuch.com
официальный сайт Всероссийского центра изучения - www.wciom.ru
официальный сайт Исполнительного комитета муниципального образования города Казани - www.kazan.org.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Управление общественными отношениями" 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.

Наличие ноутбука и проектора для чтения лекций с презентациями

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 081100.62 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки Коммуникации в государственном и муниципальном управлении .

Автор(ы):

Глебова И.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Большаков Андрей Георгиевич _____

"__" _____ 201__ г.