

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение международных отношений



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Управление общественными отношениями М2.ДВ.4

Направление подготовки: 031900.68 - Международные отношения

Профиль подготовки: Актуальные проблемы международных отношений и внешней политики

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Терентьева И.В.

Рецензент(ы):

Гришин Я.Я.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Гришин Я. Я.

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

Учебно-методическая комиссия Института международных отношений, истории и востоковедения (отделение международных отношений):

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

Регистрационный No 90216314

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) заместитель директора Института непрерывного образования Терентьева И.В. Дирекция ИНО Институт непрерывного образования , Irina.Terenteva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) "Управление общественными отношениями" являются: развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных-универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки; овладение ими существующих теоретических и практических методов и механизмов института публичной дипломатии, знаниями относительно эволюции публичной дипломатии, факторов и тенденций, влияющих на ее развитие, средствами для решения современных проблем в области международных и общественных отношений.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.4 Профессиональный" основной образовательной программы 031900.68 Международные отношения и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Данная дисциплина относится к дисциплине по выбору БЗ ДВ4.

В результате изучения профессионального цикла ОПП, его базовой (общепрофессиональной) части обучающийся должен демонстрировать способность и готовность применять полученные знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Этому будут способствовать приобретенные знания при изучении таких предшествующих дисциплин, как "Теория и история дипломатии", "История международных отношений и внешняя политика России", "Международные конфликты", "Дипломатическая и консульская службы", "Процесс принятия внешнеполитических решений" и др. Студенты, завершившие изучение данной дисциплины должны пройти изучение курсов: "Риторика", "Административная офисная технология", "Международный менеджмент", "Социально-экономическая статистика" и др.

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)	способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-2 (общекультурные компетенции)	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способностью понимать и использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа
ПК-1 (профессиональные компетенции)	готовностью включиться в работу сотрудников младшего звена учреждений системы Министерства иностранных дел Российской Федерации, международных организаций, системы органов

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью владеть навыками исполнения организационно-технических функций и решения вспомогательных задач в интересах проекта под руководством опытного специалиста
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью понимать логику глобальных процессов и развития всемирной политической системы международных отношений в их исторической, экономической и правовой
ПК-16 (профессиональные компетенции)	способностью понимать теоретические и политические основы правозащитной проблематики в международных отношениях и мировой практики защиты прав человека

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

предмет, научно-теоретическое содержание таких терминов, как: "управление", "общественные отношения", "PR", "коммуникация", "пропаганда";

2. должен уметь:

использовать в практической работе навыки управления общественными отношениями;

3. должен владеть:

стратегией и тактикой управления общественными отношениями на основе современных коммуникативных технологий

4. должен демонстрировать способность и готовность:

демонстрировать способность и готовность к участию в выстраивании эффективных общественных отношений.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 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. Организация PR-деятельности Понятие, сущность и						

место PR в современном обществе

3

1

2

2

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	
2.	Тема 2. Цели и функции внутрифирменного PR Определения PR и история развития деятельности по управлению общественными отношениями	3	2	2	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Организация PR-деятельности	3	3	2	2	0	устный опрос
4.	Тема 4. Цели и функции внутрифирменного PR	3	4	2	2	0	творческое задание
5.	Тема 5. Использование СМИ в системе связей с общественностью	3	5	2	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Технологии PR. Разработка PR-кампании	3	6	2	2	0	творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			12	12	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Организация PR-деятельности Понятие, сущность и место PR в современном обществе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Интегрированные маркетинговые коммуникации как система. Цели и задачи рекламы и PR в системе маркетинговых коммуникаций. Обзор определений рекламы и PR. Реклама и PR в системе менеджмента. Сходства и различия рекламы, пропаганды и PR. История развития рекламы и PR. Общественное мнение: характерные черты и механизм формирования. Манипулятивный характер рекламы и PR. Вопросы этики и права. Особенности управления общественными отношениями в государственной службе. Как любой вид управленческой деятельности, связи с общественностью всегда имеют целевую направленность. Цели PR достигаются посредством выполнения определенных функций. В общем виде их можно разделить на два направления: достижение внутренней эффективности работы организации и связи за ее пределами. В первом случае основная задача PR - создание благоприятных, доверительных, взаимовыгодных отношений руководства с персоналом на всех уровнях управления. Это предполагает проведение открытой политики в отношении сотрудников, большую степень участия в принятии решений, удовлетворение от работы и поощрение. Взаимодействуя со службой управления персоналом, PR специалисты должны принимать участие в оценке социально-психологического климата коллектива, выявлять потенциальные проблемные зоны и воздействовать на них средствами public relations. Внутренние связи с общественностью используются и при формировании корпоративной культуры, оказывающей влияние на имидж организации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос, примерные вопросы: 1. Раскройте общественное мнение как структурный элемент PR, в чем проблемы его формирования и использования. 2. Расскажите о теории PR как универсальной системе. 3. В чем специфика применения методов PR по странам? 4. PR как профессия и научная дисциплина.

Тема 2. Цели и функции внутрифирменного PR Определения PR и история развития деятельности по управлению общественными отношениями

лекционное занятие (2 часа(ов)):

В мировой практике насчитывается более 500 определений термина "Public relations". Его наиболее распространенный перевод означает "связи с общественностью" или "общественные отношения", далее PR. Сэм Блэк, самый популярный в России специалист по связям с общественностью, представляет PR как "искусство и науку достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности". Как средство воздействия на общественное мнение PR существуют с древних времен. Однако, как профессиональная сфера деятельности, возникли в 19 веке в США. В процессе демократизации общества, которую сопровождало введение всеобщего избирательного права, появление независимых СМИ, профсоюзов, гражданских институтов сложилась ситуация, - когда деятельность государства стала невозможна без поддержки, одобрения и участия общественности.

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос, примерные вопросы: 1. В чем исторические корни и социальные причины возникновения связей с общественностью как профессии и бизнеса? 2. Каковы этапы становления и тенденции в развитии PR?

Тема 3. Организация PR-деятельности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Существует большое количество инструментов связей с общественностью. В зависимости от специфи?ческих целей- организации могут использоваться _различные средства. Считается, что работа с прессой это основная часть ПР деятельности. Однако, это не верно. Для воздействия на общественное мнение ПР также ис?пользуют организацию мероприятий и событий самого различного характера. События, которые можно исполь-зовать для достижения целей связей с общественностью это ярмарки, благотворительные вечера, распродажи, спортивные мероприятия, концерты, выставки, презентации, съезды и многое другое. Отметим, что цели участия в событиях разного рода отличаются для коммерческих и некоммерческих организаций. Кроме этого, эффективное средство ПР ? речи и публичные выступления. В качестве инструмент связей с общественностью рассматриваются такие своеобразные явления как скандалы и слухи. При управлении общественными отноше?ниями важно учитывать влияние мифов и стереотипов на поведение аудитории. Так как управление общественными отношениями тесно включено в общую систему деловых комму?никаций, его осуществление попадает под ряд регламентирующих правовых норм и положений. Прежде всего они охватывают главные направления деятельности ПР предприятия или подразделения как хозяйствующего субъекта. В данном случае должны учитываться нормы гражданского кодекса Российской Федерации и связан?ные с ним содержательно нормативные документы. Также должны приниматься в рассмотрение положения уставных документов организации. Следующий момент - законодательные акты, вступающие в силу в зависи?мости от сферы применения ПР инструментов и стратегий. Бизнес, политика и работа в НКО - каждая область имеет свою специфику правового обеспечения. С этим же связаны нормативные акты, относящиеся к смежным областям деятельности. Работа специалиста по связям с общественностью с масс медиа предполагает знакомст?во с правовыми актами, регламентирующими деятельность СМИ. Использование рекламных инструментов в рамках ПР акций должно учитывать соответствующие нормативные документы федерального и местного уров?ня (основной из них ? закон ?О рекламе?). Учет подобной информации гарантирует взаимопонимание при работе с контролирующими и налоговыми органами.

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос, примерные вопросы: 1. ПР-кампания: определение темы, построение проекта ПР-кампании. 2.Виды и методы анализа в ПР. Назовите функции аналитической ПР-службы. 4. В чем эффективность работы ПР-служб?

Тема 4. Цели и функции внутрифирменного PR

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Структура ?внутренней общественности?. Цели и функции внутрифирменного PR. Понятие корпорации и корпоративного позиционирования. Планирование корпоративных коммуникаций. Планирование PR-деятельности в работе с персоналом по формированию благоприятного социально-психологического климата. Определение потребностей работников в коммуникациях. Средства и виды коммуникаций во взаимоотношениях с персоналом и их особенности. Основные PR-мероприятия в работе с персоналом. Непосредственные коммуникации с руководством. Работа с персоналом в кризисных ситуациях. Одно из центральных понятий ПР - понятие аудитории. Это связано с тем, что деятельность по ПР на?правлена не на общую публику, а на тщательно отобранные группы людей, которые являются составными час?тями общей аудитории. Это важно и для рекламы, но ПР ориентируется и на внешнюю, и на внутреннюю ауди?торию.

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос, примерные вопросы: 1. Позиционирование и имидж как явления массового сознания. 2. Каковы приемы формирования имиджа? Методики повышения и снижения имиджа. 3. В чем заключается работа ПР-служб с различными группами общественности (с инвесторами, с конкурентами, с потребителями, с персоналом, с госучреждениями, с местной общественностью)?

Тема 5. Использование СМИ в системе связей с общественностью

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Систематическое распространение информации в обществе и массовая коммуникация осуществляются через СМИ. Основные функции СМИ: информационные, аналитические, развлекательные, идеологические и религиозные, просветительские и образовательные. Типы средств массовой информации: печать, радио, телевидение, кинематограф, звукозапись, видеозапись. С точки зрения характера сообщаемой информации СМИ бывают: специализированными (к ним обратятся люди, которые уже ищут информацию по данной теме) и общими (подходят для аудитории первого контакта). С точки зрения обеспечения контроля над сообщаемой информацией СМИ бывают: контролируемые (примером является рекламный щит: ПР-специалист контролирует и его содержание, и внешний вид, и они не изменятся); частично контролируемые (пример ? ТВ: вы контролируете содержание своего сообщения, но не можете контролировать контекст, в котором оно будет произнесено, а от этого во многом зависит эффективность сообщения) и неконтролируемые (пример - новостная конференция: нет никакой уверенности в том, что присутствующие на ней СМИ преподнесут ее публике так, как это нужно ПР-специалисту). Выбор конкретного СМИ для установления связей с общественностью определяется: целью ПР-кампании, типом аудитории, которая должна быть охвачена в ПР-кампании, особенностями сообщения, которое должно быть передано аудитории, бюджетом заказчика ПР-услуг, фактором времени - когда ПР-службы должны сделать сообщение, когда это возможно, сможет ли аудитория на него отреагировать.

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос, примерные вопросы: 1. Принцип и формы взаимоотношений ПР-служб с различными СМИ. 2. Какие существуют правила разработки ПР-кампании в СМИ? 3. В чем особенности ПР-работы с прессой (с телевидением, с радио, в Интернете)? 4. В чем заключается подготовка ПР-материалов для СМИ?

Тема 6. Технологии PR. Разработка PR-кампании

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды документов и виды информирования. Сценография информационных поводов. Понятие ключевой и целевой аудитории. Общая концепция PR-кампании: постановка целей, задач, определение ключевых проблем и профилей целевых групп. Стратегия PR-кампаний и её этапы. Творческий аспект стратегии. Разработка решений. Ожидаемый резонанс. Медиа-аспект стратегии. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Определение промежуточных и результирующих итогов PR-кампании. ?Специальные события в PR?. Целевые аудитории в работе с государственными и общественно-политическими организациями. Технология подготовки и проведения презентации. Меценатство, патронаж и благотворительность. Спонсорство как система взаимовыгодных договорных отношений. Спонсорский пакет. Особенности спонсорства в различных сферах. Лоббирование. Избирательные технологии и выборные кампании. Организация конференций, приёмов, выставок, ярмарок. Типология и модели (схемы) построения рекламных и PR-обращений. Характеристика элементов модели. Правила составления заголовков, слогана и текста рекламных обращений. Психологическая формула создания рекламных текстов. Мотивация рекламных и PR-обращений. Технология подготовки выступлений, авторских и обзорных статей, пресс-релизов, direct-mail, визиток. Оформление рекламных и PR-обращений (носитель/материал, цвет, шрифты, размер, дизайн).

практическое занятие (2 часа(ов)):

устный опрос, примерные вопросы: 1. В чем заключается организация ПР-кампаний? 2. Организация и планирование работы типового отдела по связям с общественностью. 3. Организация и планирование работы отдела по PR. 4. Подготовка ПР-программы: цели, аудитория, коммуникативное обеспечение.

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. Организация PR-деятельности Понятие, сущность и место PR в современном обществе	3	1	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Цели и функции внутрифирменного PR Определения PR и история развития деятельности по управлению общественными отношениями	3	2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Организация PR-деятельности	3	3	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Цели и функции внутрифирменного PR	3	4	подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
5.	Тема 5. Использование СМИ в системе связей с общественностью	3	5	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. Технологии PR. Разработка PR-кампании	3	6	подготовка к творческому заданию	8	творческое задание
	Итого				48	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

При реализации курса "Управление общественными отношениями" предусматривается применение активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций по вопросам общественных отношений, акмеологических упражнений и тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой, которое позволяет формировать и развивать профессиональные навыки обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и в учебном процессе составляет не менее 45 % аудиторных занятий.

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

Тема 1. Организация PR-деятельности Понятие, сущность и место PR в современном обществе

устный опрос , примерные вопросы:

устный опрос, примерные вопросы: 1. Раскройте общественное мнение как структурный элемент ПР, в чем проблемы его формирования и использования. 2. Расскажите о теории ПР как универсальной системе. 3. В чем специфика применения методов ПР по странам? 4. ПР как профессия и научная дисциплина.

Тема 2. Цели и функции внутрифирменного PR Определения PR и история развития деятельности по управлению общественными отношениями

устный опрос , примерные вопросы:

устный опрос, примерные вопросы: 1. В чем исторические корни и социальные причины возникновения связей с общественностью как профессии и бизнеса? 2. Каковы этапы становления и тенденции в развитии PR?

Тема 3. Организация PR-деятельности

устный опрос , примерные вопросы:

устный опрос, примерные вопросы: 1. PR-кампания: определение темы, построение проекта PR-кампании. 2. Виды и методы анализа в PR. Назовите функции аналитической PR-службы. 4. В чем эффективность работы PR-служб?

Тема 4. Цели и функции внутрифирменного PR

творческое задание , примерные вопросы:

группа разбивается на подгруппы и делается ими конкретные задания по реализации функций PR

Тема 5. Использование СМИ в системе связей с общественностью

устный опрос , примерные вопросы:

устный опрос, примерные вопросы: 1. Принцип и формы взаимоотношений PR-служб с различными СМИ. 2. Какие существуют правила разработки PR-кампании в СМИ? 3. В чем особенности PR-работы с прессой (с телевидением, с радио, в Интернете)? 4. В чем заключается подготовка PR-материалов для СМИ?

Тема 6. Технологии PR. Разработка PR-кампании

творческое задание , примерные вопросы:

Через творческое задание реализуется ролевая игра "Интервью"

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:

1. Возникновение и развитие связей с общественностью.
2. Исторические корни и социальные причины возникновения связей с общественностью как профессии и бизнеса.
3. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе.
4. Связи с общественностью в России: история и современность.
5. Связи с общественностью и смежные специальности: сходства и различия.
6. Сферы применения знаний и умений специалиста по связям с общественностью.
7. Связи с общественностью в системе менеджмента.
8. Связи с общественностью в структуре маркетинга.
9. Коммуникация и её разновидности. Особенности массовой коммуникации.
10. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования.
11. Рынок PR-услуг в Российской Федерации.
12. Регулирование и саморегулирование в связях с общественностью.
13. Правовое обеспечение связей с общественностью, рекламы, других смежных специальностей.
14. Профессиональная этика в связях с общественностью, в рекламе и смежных специальностях.
15. Связи с общественностью в современных организациях.
16. Основные организационные PR-структуры.
17. Связи с общественностью в системе государственной власти.

18. Современная пресс-служба. Структура, функция, специфика работы в организации конкретной организационно-правовой формы.
19. Организация и планирование работы типового отдела по связям с общественностью.
20. Организация и планирование работы отдела по PR.
21. Подготовка PR-программы: цели, аудитория, коммуникативное обеспечение.
22. Служба по связям с общественностью в вооружённых силах (МВД, других силовых структурах).
23. Особенности управления общественными отношениями в государственной службе.
24. Служба по связям с общественностью в банках.
25. Служба по связям с общественностью в малом бизнесе.
26. Служба по связям с общественностью в налоговой инспекции (мэрии, других органах местной власти).
27. Служба по связям с общественностью в крупном промышленном предприятии.
28. Служба по связям с общественностью в социокультурной сфере (образовании, культуре, науке, церкви и т. д.).
29. Принцип и формы взаимоотношений PR-служб с различными СМИ.
30. Правила разработки PR-кампании в СМИ.
31. Особенности PR-работы с прессой (с телевидением, с радио, в Интернете).
32. Подготовка PR-материалов для СМИ.
33. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью.
34. СМИ в России: состояние и тенденции развития.
35. Создание информационных поводов для спецмероприятий PR.
36. Информационные, имиджевые, корпоративные PR-документы как средства коммуникации.
37. Коммуникационный менеджмент.
38. Организация PR-кампаний.
39. Работа PR-служб с различными группами общественности (с инвесторами, с конкурентами, с потребителями, с персоналом, с госучреждениями, с местной общественностью).
40. Лоббирование как PR-деятельность.
41. Спонсорство и благотворительность. Патронаж.
42. PR в кризисных ситуациях.
43. Пресс-конференция как PR-мероприятие.
44. Презентация как PR-мероприятие.
45. Место и роль исследований в связях с общественностью.
46. Опросы общественного мнения. Мониторинги.
47. Организация медиапланирования.
48. Консалтинг в связях с общественностью: природа, виды, функции.

7.1. Основная литература:

Бузни Е. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с
<http://znanium.com/bookread.php?book=406724>

7.2. Дополнительная литература:

Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник, 2008. - 207 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=157244>

Ларионов И. К. Стратегическое управление [Электронный ресурс] : Учебник для магистров / Под ред. докт. экон. наук, проф. И. К. Ларионова. - М.: Дашков и К, 2014. - 235 с.

<http://znanium.com/bookread.php?book=450821>

7.3. Интернет-ресурсы:

Влияние национальных традиций - <http://library.gospolitika.ru/7.html>)

Научно-образовательный форум по международным отношениям - www.Obraforum.ru

"ПИР" - центр политических исследований - "ПИР" - центр политических исследований

Сотрудничество России и Китая в борьбе с международным терроризмом - www.ecrats.com/ru/docs/read/communiqué

Теория и методология политической науки - <http://pubs.carnegie.ru/books>

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.

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-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

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.

Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031900.68 "Международные отношения" и магистерской программе Актуальные проблемы международных отношений и внешней политики .

Автор(ы):

Терентьева И.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Гришин Я.Я. _____

"__" _____ 201__ г.