

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



**Программа дисциплины**

Мастер-класс Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур  
БЗ.ДВ.2

Направление подготовки: 031600.62 - 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):**

Никитин А.А.

**Рецензент(ы):**

Воржецов А.Г.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 941850715

Казань  
2015

## 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) старший преподаватель, к.н. Никитин А.А. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций ,  
Aleksej.Nikitin@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью курса "Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур" является формирование профессиональных компетенций по рекламе и связям с общественностью, подготовка бакалавров, владеющих теоретическими и практическими знаниями в области современных политических технологий, изучение закономерностей политической рекламы и PR как особого вида коммуникации.

Данный курс предполагает знакомство с формами политической рекламы, способами ее воздействия, в том числе и на электоральное поведение в ходе избирательных кампаний, с системой управления связями с общественностью в политической сфере, получение практических навыков в организации политической рекламной кампании, обучение различным методам и технологиям связей с общественностью в политике.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина вариативной части профессионального цикла.

Изучение дисциплины предполагает наличие знаний, умений и компетенций, освоенных студентами в процессе изучения следующих курсов: Политология, Русский язык и культура речи; Психология массовых коммуникаций; Теория и практика массовой информации; Теория и практика связей с общественностью; Основы интегрированных коммуникаций; Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью, Основы маркетинга, Режиссура рекламы.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.
ПК-2 (профессиональные компетенции)	владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах.
ПК-21 (профессиональные компетенции)	владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.
ПК-33 (профессиональные компетенции)	способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-35 (профессиональные компетенции)	владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные базовые понятия, характеристики и профессиональные термины в рамках дисциплины;
- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- приемы связей с общественностью в политической рекламе;
- основные стратегии разработки рекламных сообщений;
- теоретические модели практики PR, этапы подготовки и проведения рекламных и PR-кампаний;
- пути оценки эффективности рекламных кампаний;
- особенности работы с внешним и внутренним окружением политической организации.

2. должен уметь:

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ;
- стратегически планировать политическую рекламную и PR- кампанию;
- оценивать эффективность проведенной политической рекламной и PR-кампании;
- стремиться выражать и аргументировать свою позицию по вопросам, касающимся развития политического процесса.

3. должен владеть:

- технологическими приемами разработки стратегии и организации рекламной и PR-кампаниями;
- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа;
- технологиями создания и распространения рекламных материалов;
- владеть методиками повышения эффективности государственного управления на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;
- навыками политического менеджмента и принятия политических решений.

применять полученные знания на практике.

применять полученные знания на практике.

применять полученные знания на практике.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 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. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.	7	1-3	6	6	0	дискуссия
2.	Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.	7	4-5	4	4	0	дискуссия
3.	Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.	7	6-7	4	4	0	домашнее задание презентация

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. Связи с общественностью в органах законодательной власти.	7	8-9	4	4	0	домашнее задание презентация
5.	Тема 5. Связи с общественностью органов власти РТ.	7	10-11	4	4	0	домашнее задание презентация
6.	Тема 6. Специфика связей с общественностью в силовых структурах.	7	12-13	4	4	0	дискуссия
7.	Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.	7	14-16	6	6	0	дискуссия творческое задание
8.	Тема 8. Лоббизм.	7	17-18	4	4	0	дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			36	36	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.**

**лекционное занятие (6 часа(ов)):**

Значение связей с общественностью в современном мире. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения. Проблема целей, задач и функций в сфере связей с общественностью в зависимости от вида деятельности. Различия в организации коммуникаций в коммерческой и государственной сферах: ? различия по целям, ? различия по ресурсам, ? различия по ответственности, ? различия в мотивах, ? различия в окружении.

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

1. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения. 2. Цели и задачи связей с общественностью в деятельности государственных структур. Связи с общественностью в органах государственной власти ? необходимость широкоформатного освещения деятельности государственных структур для обеспечения демократического процесса и развития гражданского общества или необходимость жизнедеятельности государства при манипуляциях общественным сознанием?

**Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Различия управленческих задач государственных структур разного уровня. Центральные региональные и муниципальные органы власти. Особенности организации связей с общественностью в зависимости от задач, решаемых государственными структурами различного уровня.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Уровни органов государственной власти в РФ. Компетенции органов государственной власти различных уровней. 2. Структура государственного управления в РФ. Место и роль отделов по связям с общественностью в государственных структурах. 3. Найдите примеры несогласованных сообщений отделов по связям с общественностью государственных органов разных уровней по одному и тому же поводу. В чем причина подобных несогласованностей?

**Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Функции органов исполнительной власти. Специфика организации связей с общественностью в органах исполнительной власти. Администрация Президента РФ, Правительство РФ, министерства, ведомства, комитеты РФ и т.п.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Служба по связям с общественностью Президента РФ. 2. Служба по связям с общественностью главы Правительства РФ. 3. Службы по связям с общественностью министерств и ведомств РФ.

**Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Функции органов законодательной власти. Специфика организации связей с общественностью в органах законодательной власти. Федеральное собрание РФ. Законодательные собрания в регионах.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Место и роль органов законодательной власти в структуре государственного управления. 2. Службы по связям с общественностью Федерального Собрания РФ. 3. Службы по связям с общественностью региональных законодательных органов ? особенности и специфика.

**Тема 5. Связи с общественностью органов власти РТ.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Структура органов власти РТ. Президент РТ, Правительство РТ, Государственный Совет РТ, органы местного самоуправления РТ. Функции органов власти РТ. Цели и задачи связей с общественностью органов власти РТ.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Пресс-служба Президента РТ 2. Пресс-служба Государственного совета РТ 3. Пресс-службы органов государственной власти РТ 4. Пресс-службы органов муниципального самоуправления

**Тема 6. Специфика связей с общественностью в силовых структурах.**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Функции и задачи силовых структур. Различия в подходах к организации связей с общественностью в зависимости от типа силовой структуры. Информирование и пропаганда.

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Силовые структуры в системе государственного управления. 2. Отделы по связям с общественностью силовых структур и органов охраны правопорядка. Особенности деятельности. 3. Освещение резонансных событий отделами по связям с общественностью силовых структур.

**Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.**

**лекционное занятие (6 часа(ов)):**

Использование государственными структурами методов взаимодействия со СМИ в процессе распространения информации о данной структуре. Пресс-клиппинг. Менеджмент новостей. Соответствие формату различных СМИ: газеты, радио, телевидение.

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

1. Государственные и негосударственные СМИ 2. Особенности работы отделов по связям с общественностью с государственными СМИ 3. Особенности работы отделов по связям с общественностью с негосударственными СМИ. 4. Технологии подачи информации средствами массовой информации отделами по связям с общественностью государственных структур.



## Тема 8. Лоббизм.

### лекционное занятие (4 часа(ов)):

Проблема лоббизма в государстве. Функции и задачи лоббизма. Виды лоббизма. Правовая сторона деятельности лоббистов. Официальный и неофициальный лоббизм. Лоббизм в исполнительных и законодательных структурах государственной власти. Роль связей с общественностью в лоббистской деятельности.

### практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие, история возникновения и сущность лоббизма 2. Роль лоббистской деятельности в органах государственной власти 3. Задачи и формы PR-деятельности в лоббировании интересов общественных, коммерческих и политических структур в государственном управлении.

## 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. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.	7	1-3	подготовка к дискуссии	18	дискуссия
2.	Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.	7	4-5	подготовка к дискуссии	12	дискуссия
3.	Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.	7	6-7	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к презентации	8	презентация
4.	Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.	7	8-9	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к презентации	8	презентация
5.	Тема 5. Связи с общественностью органов власти РТ.	7	10-11	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
				подготовка к презентации	8	презентация
6.	Тема 6. Специфика связей с общественностью в силовых структурах.	7	12-13	подготовка к дискуссии	12	дискуссия

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.	7	14-16	подготовка к дискуссии	12	дискуссия
				подготовка к творческому заданию	6	творческое задание
8.	Тема 8. Лоббизм.	7	17-18	подготовка к дискуссии	12	дискуссия
	Итого				108	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции с применением мультимедийных технологий;  
 Проведение семинаров в форме групповых дискуссий;  
 Проведение практических занятий в форме творческой мастерской и case study;  
 Использование деловых игр на практических занятиях.

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

### Тема 1. Роль связей с общественностью в государственных структурах. Задачи структур по связям с общественностью в органах государственной власти. Различия государственного и коммерческого PR.

дискуссия , примерные вопросы:

Вопросы для дискуссии 1. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения. 2. Цели и задачи связей с общественностью в деятельности государственных структур. Связи с общественностью в органах государственной власти ? необходимость широкоформатного освещения деятельности государственных структур для обеспечения демократического процесса и развития гражданского общества или необходимость жизнедеятельности государства при манипуляциях общественным сознанием?

### Тема 2. Проблема связей с общественностью в государственных структурах различного уровня.

дискуссия , примерные вопросы:

1. Уровни органов государственной власти в РФ. Компетенции органов государственной власти различных уровней. 2. Структура государственного управления в РФ. Место и роль отделов по связям с общественностью в государственных структурах. 3. Найдите примеры несогласованных сообщений отделов по связям с общественностью государственных органов разных уровней по одному и тому же поводу. В чем причина подобных несогласованностей?

### Тема 3. Связи с общественностью в федеральных органах исполнительной власти.

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Служба по связям с общественностью Президента РФ. 2. Служба по связям с общественностью главы Правительства РФ. 3. Службы по связям с общественностью министерств и ведомств РФ.

презентация , примерные вопросы:

1. Подготовить пресс-релиз службы по связям с общественностью Президента РФ по актуальной международной или межгосударственной проблематике. 2. Разработать программу продвижения сообщения пресс-релиза на внутригосударственном и международном уровнях.

#### **Тема 4. Связи с общественностью в органах законодательной власти.**

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Место и роль органов законодательной власти в структуре государственного управления. 2. Службы по связям с общественностью Федерального Собрания РФ. 3. Службы по связям с общественностью региональных законодательных органов ? особенности и специфика.

презентация , примерные вопросы:

1. Подготовить сценарий мероприятия по связям с общественностью, проводимого службами по связям с общественностью ФС РФ.

#### **Тема 5. Связи с общественностью органов власти РТ.**

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Пресс-служба Президента РТ 2. Пресс-служба Государственного совета РТ 3. Пресс-службы органов государственной власти РТ 4. Пресс-службы органов муниципального самоуправления

презентация , примерные вопросы:

- Подготовить сценарий мероприятия по связям с общественностью, проводимого службами по связям с общественностью Президента РТ.

#### **Тема 6. Специфика связей с общественностью в силовых структурах.**

дискуссия , примерные вопросы:

- Специфика связей с общественностью в силовых структурах 1. Силовые структуры в системе государственного управления. 2. Отделы по связям с общественностью силовых структур и органов охраны правопорядка. Особенность деятельности. 3. Освещение резонансных событий отделами по связям с общественностью силовых структур.

#### **Тема 7. Технологии взаимодействия со СМИ.**

дискуссия , примерные вопросы:

1. Государственные и негосударственные СМИ 2. Особенности работы отделов по связям с общественностью с государственными СМИ 3. Особенности работы отделов по связям с общественностью с негосударственными СМИ. 4. Технологии подачи информации средствами массовой информации отделами по связям с общественностью государственных структур.

творческое задание , примерные вопросы:

- Подготовить информационный материал для подачи в государственные/негосударственные СМИ по общественно-резонансному событию. Представить сценарий подачи информации в СМИ.

#### **Тема 8. Лоббизм.**

дискуссия , примерные вопросы:

1. Понятие, история возникновения и сущность лоббизма 2. Роль лоббистской деятельности в органах государственной власти 3. Задачи и формы PR-деятельности в лоббировании интересов общественных, коммерческих и политических структур в государственном управлении.

#### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. Связи с общественностью как механизм социальной коммуникации и организации взаимодействия органов государственной власти и населения.
2. Цели и задачи связей с общественностью в деятельности государственных структур.
3. Уровни органов государственной власти в РФ. Компетенции органов государственной власти различных уровней.
4. Структура государственного управления в РФ. Место и роль отделов по связям с общественностью в государственных структурах.
5. Служба по связям с общественностью Президента РФ.
6. Служба по связям с общественностью главы Правительства РФ.
7. Службы по связям с общественностью министерств и ведомств РФ.

8. Место и роль органов законодательной власти в структуре государственного управления.
9. Службы по связям с общественностью Федерального Собрания РФ.
10. Службы по связям с общественностью региональных законодательных органов - особенности и специфика.
11. Силовые структуры в системе государственного управления.
12. Отделы по связям с общественностью силовых структур и органов охраны правопорядка. Особенность деятельности.
13. Освещение резонансных событий отделами по связям с общественностью силовых структур.
14. Государственные и негосударственные СМИ
15. Особенности работы отделов по связям с общественностью с государственными СМИ
16. Особенность работы отделов по связям с общественностью с негосударственными СМИ.
17. Технологии подачи информации средствами массовой информации отделами по связям с общественностью государственных структур.
18. Понятие, история возникновения и сущность лоббизма
19. Роль лоббистской деятельности в органах государственной власти
20. Задачи и формы PR-деятельности в лоббировании интересов общественных, коммерческих и политических структур в государственном управлении.

### **7.1. Основная литература:**

Основная литература:

Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Василенко Ирина Алексеевна. Политические переговоры: Учебное пособие. Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2010. <http://znanium.com/go.php?id=232596>

Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. Москва Аспект Пресс, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5975>

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>

Демидов Валерий Викторович. Информационно-аналитическая работа в международных отношениях: Учебное пособие. Москва Вузовский учебник Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=359168>

Забурдаева Е.В. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: Учебник. Москва Аспект Пресс, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6026>

Крупенков В.В. Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-практическое пособие. Москва Евразийский открытый институт, 2011. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6146>

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>

### **7.2. Дополнительная литература:**

Назайкин Н.А. Эффективный рекламный текст в СМИ. Москва Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=8323>

Романов А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа: учебно-методический комплекс. Москва Евразийский открытый институт, 2010. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6512>

Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. Социология массовой коммуникации: Учебник. Москва Альфа-М Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=404699>

### 7.3. Интернет-ресурсы:

журнал ?Связи с общественностью в государственных структурах? - <http://gospr.ru/>

Наружная политическая реклама в эпоху электронных медиа - [www.russcomm.ru/rca\\_biblio/s/sergeeva.shtml/](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/sergeeva.shtml/)

Общество и реклама в России - [www.lab.advertology.ru/архив/2003/chernahovsky.htm](http://www.lab.advertology.ru/архив/2003/chernahovsky.htm)

Политическая реклама в политическом консалтинге - [www.kis.ru/dbalu/osi/ustin2\\_4.htm/](http://www.kis.ru/dbalu/osi/ustin2_4.htm/)

Статьи о политической рекламе - [www.advesti.ru/publik/osn/200405\\_polit/](http://www.advesti.ru/publik/osn/200405_polit/)

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Мастер-класс Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур" 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.

Компьютерный класс, оргтехника (проектор для показа слайдов, ноутбук), теле- и аудиоаппаратура (всё - в стандартной комплектации для практических занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях), доступ к традиционным книжным и электронным ресурсам научной библиотеки.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Никитин А.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Воржецов А.Г. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.