

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет _____ управления
Кафедра _____ конституционного строительства и государственного и муниципального
управления



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине: Б1.В.16 Управление общественными отношениями
по направлению подготовки 38.03.04. Государственное и муниципальное управление
профиль подготовки Государственное и муниципальное управление в социальной сфере
квалификация (степень)
выпускника бакалавр
программа подготовки академический бакалавриат
форма обучения ОФО, ЗФО
год начала подготовки 2016

Майкоп

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

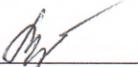
Составитель рабочей программы:
доцент, кандидат философских наук
(должность, ученое звание, степень)


(подпись)

Болокова М.А.
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры
конституционного строительства и государственного и муниципального управления
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой
« 31 » 08 2016 г.


(подпись)

Болокова М.А.
(Ф.И.О.)

Одобрено
научно-методической комиссией
факультета управления

« 31 » 08 2016 г.

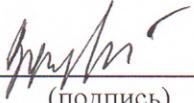
Председатель
учебно-методического
совета направления (специальности)


(подпись)

Болокова М.А.
(Ф.И.О.)

Декан факультета управления

« 31 » 08 2016 г.


(подпись)

Зарубин В.И.
(Ф.И.О.)

/СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
« 31 » 08 2016 г.


(подпись)

Турчикова Н.Н.
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой


(подпись)

Болокова М.А.
(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является сформировать у обучающихся представления об управлении общественными отношениями как о научно обоснованном и теоретически разработанном типе управленческой деятельности, связанном с управлением общественным мнением, в основе которого лежат коммуникативные технологии и социальные практики. Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать у обучающихся теоретические представления о связях с общественностью как философии построения взаимоотношений власти и общества в условиях демократизации политической жизни, развития рыночной экономики на фоне развития глобальных информационных процессов в обществе;
- помочь учащимся осмыслить связи с общественностью как управленческую технологию, ее место и роль в государственном и муниципальном управлении наряду с другими коммуникативными технологиями;
- способствовать приобретению и развитию практических умений и навыков в области коммуникативной управленческой деятельности;
- дать представление об основных организационных формах, мероприятиях и технологиях паблик рилейшнз и способствовать овладению их основами.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Для освоения дисциплины необходимы знания теории и практики в области современных коммуникативно-ориентированных наук. Дисциплина направлена на изучение механизма построения коммуникационных связей между обществом и субъектами политического и экономического процесса.

Для успешного изучения данной дисциплины необходимо освоение следующих дисциплин: «Психология», «Основы маркетинга», «Информационные технологии в управлении», «Управление организационными коммуникациями».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения курса «Управление общественными отношениями» обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации (ПК-9);
- владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен

а) знать:

- нормы, правила и способы осуществления коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач в типовых ситуациях в бытовой и профессиональной сферах межличностного и межкультурного взаимодействия;

- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами;

- способы предоставления интересов и официальной информации органов государственной власти и муниципальной службы, способами применения базовых технологий для формирования общественного мнения, основные приемы организации связей с общественностью, приемы формирования и продвижения имиджа органов государственной власти и муниципальной службы;

б) уметь:

- логически верно и грамотно строить устную и письменную речь на русском и

иностранных языках для решения задач в типовых ситуациях межличностного и межкультурного взаимодействия; пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского и иностранного языка;

– анализировать коммуникационные процессы в организации и вырабатывать предложения по повышению их эффективности; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации;

– объяснять сущность и основные направления деятельности органов государственной и муниципальной службы, выбирать оптимальные способы влияния на общественное мнение, учитывать современные проекты и программы при принятии управленческих решений, формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы, применять технологию маркетинга в области формирования и продвижения имиджа и профессиональной деятельности;

в) владеть:

– различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности культурой речи;

– навыками деловых коммуникаций; навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности;

– приемами предоставления интересов и официальной информации органов государственной власти и муниципальной службы, навыками применения базовых технологий для формирования общественного мнения, основными приемами организации связей с общественностью, приемами формирования и продвижения имиджа органов государственной власти и муниципальной службы.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

| Вид учебной работы | Всего часов/з.е. | Семестры | |
|--|-------------------|----------|-------------------|
| | | 5 | 6 |
| Контактные часы (всего) | 51,35/1,43 | | 51,35/1,43 |
| В том числе: | | | |
| Лекции (Л), | 17/0,47 | | 17/0,47 |
| Практические занятия (ПЗ), | 34/0,95 | | 34/0,95 |
| Семинары (С) | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | |
| Контактная работа в период аттестации (КРАт) | 0,35/0,01 | | 0,35/0,01 |
| Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП) | | | |
| Самостоятельная работа студентов (СР) (всего) | 21/0,58 | | 21/0,58 |
| В том числе: | | | |
| Расчетно-графические работы | - | | - |
| Реферат | 21/0,58 | | 21/0,58 |
| <i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i> | | | |
| 1. Составление плана-конспекта | | | |
| 2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных | | | |
| Контроль (всего) | 35,65/0,99 | | 35,65/0,99 |
| Форма промежуточной аттестации: (зачет, экзамен) | | | экзамен |
| Общая трудоемкость | 108/3 | | 108/3 |

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

| Вид учебной работы | Всего часов/з.е. | Семестры | |
|--|------------------|----------|------------------|
| | | 5 | 6 |
| Аудиторные занятия (всего) | 14,35/0,4 | | 14,35/0,4 |
| В том числе: | | | |
| Лекции (Л) | 6/0,17 | | 6/0,17 |
| Практические занятия (ПЗ) | 8/0,22 | | 8/0,22 |
| Семинары (С) | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | |
| Контактная работа в период аттестации (КРАт) | 0,35/0,01 | | 0,35/0,01 |
| Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП) | | | |
| Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего) | 85/2,36 | | 85/2,36 |
| В том числе: | | | |
| Расчетно-графические работы | - | | - |
| Реферат | 36/1 | | 36/1 |
| <i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i> | | | |
| 1. Составление плана-конспекта | 49/1,36 | | 49/1,36 |
| 2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных | | | |
| Контроль (всего) | 8,65/0,24 | | 8,65/0,24 |
| Форма промежуточной аттестации: (зачет, экзамен) | | | экзамен |
| Общая трудоемкость | 108/3 | | 108/3 |

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

| № п/п | Раздел дисциплины | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) | | | | | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам) | |
|-----------|--|-----------------|--|-----------|-------------|-----|--------------|--|---------------------|
| | | | Л | С/ПЗ | КРАТ | СРП | Контроль | | |
| 6 семестр | | | | | | | | | |
| 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | 1 | 2 | 2 | | | | 2 | Обсуждение докладов |
| 2. | Теоретико-методологические основы изучения управления общественными отношениями. | 2-3 | 2 | 4 | | | | 2 | Блиц-опрос |
| 3. | Управление общественными отношениями в государственном и муниципальном управлении. | 4-5 | 2 | 4 | | | | 2 | Блиц-опрос |
| 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | 6-7 | 2 | 4 | | | | 3 | Обсуждение докладов |
| 5. | Технологии управления общественными отношениями. | 8-10 | 2 | 4 | | | | 3 | Тестирование |
| 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | 11-12 | 2 | 4 | | | | 3 | Обсуждение докладов |
| 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | 13-15 | 2 | 4 | | | | 2 | Тестирование |
| 8. | Лоббизм. | 16 | 1 | 4 | | | | 2 | Блиц-опрос |
| 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания имиджа. | 17 | 2 | 4 | | | | 2 | Обсуждение докладов |
| 10. | Промежуточная аттестация | 18 | - | - | 0,35 | | 35,65 | | Экзамен |
| | ИТОГО: | | 17 | 34 | 0,35 | | 35,65 | 21 | |

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

| № п/п | Раздел дисциплины | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) | | | | | |
|-----------|--|--|----------|-------------|-----|-------------|-----------|
| | | Л | С/ПЗ | КРАТ | СРП | Контроль | СР |
| 6 семестр | | | | | | | |
| 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | 1 | - | | | | 9 |
| 2. | Теоретико-методологические основы изучения управления общественными связями. | 2 | - | | | | 9 |
| 3. | Управление общественными связями в государственном и муниципальном управлении. | 2 | - | | | | 10 |
| 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | - | 2 | | | | 10 |
| 5. | Технологии управления общественными связями. | - | 2 | | | | 10 |
| 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | - | 1 | | | | 9 |
| 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | 1 | - | | | | 10 |
| 8. | Лоббизм. | - | 1 | | | | 9 |
| 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания имиджа. | - | 2 | | | | 9 |
| 10. | Промежуточная аттестация: экзамен | - | - | 0,35 | | 8,65 | |
| | ИТОГО: | 6 | 8 | 0,35 | | 8,65 | 85 |

5.3. Содержание разделов дисциплины «Управление общественными отношениями», образовательные технологии

| № п/п | Наименование темы дисциплины | Трудоемкость (часы/з.е.) | | Содержание | Формируе- мые компе- тенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть) | Образовате- льные технологии |
|----------|---|-----------------------------|--------|---|-----------------------------------|---|------------------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | | | | |
| Тема 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | 2/0,06 | 1/0,03 | Связи с общественностью в процессе управления общественными отношениями. Факторы актуализации PR в области политического управления. Принципы PR. | ПК-11 | <p>Знать: основные методы сбора и анализа информации, способы формализации цели и методы ее достижения; базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p>Уметь: анализировать, обобщать и воспринимать информацию; ставить цель и формулировать задачи по её достижению; работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p>Владеть: методами анализа и обобщения информации, включая методы экономических, социальных, гуманитарных и других дисциплин; навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> | Слайд-лекции |
| Тема 2. | Теоретико-методологические основы изучения | 2/0,06 | 2/0,06 | Общение как социально-психологический механизм взаимодействия. Понятие коммуникации. Виды | ОК-5 ПК-9 | <p>Знать: специфику коммуникаций в устной и письменной форме; нормативно-правовые основы обеспечения формирования, организации и деятельности системы</p> | Лекция-визуализация |

| | | | | | | | |
|---------|---|--------|---|--|---|--|-------------------|
| | управления общественным и связями. | | коммуникации. Особенности политической коммуникации. Модели коммуникаций, используемые в практике PR. | | органов государственной и муниципальной власти; основные виды информации и ее источники. Уметь: применять навыки коммуникаций в устной и письменной форме на практике; сформировать четкое представление о системе правового и нормативного обеспечения управления на различных уровнях (государства, муниципального образования, организации); использовать основные характеристики современного информационного пространства для сбора информации. Владеть: навыками, коллективного обсуждения результатов работы, формирования новых коллективных подходов в решении поставленных задач; навыками комплексного анализа правовой и нормативной информации; первичными навыками обработки и защиты информации. | | |
| Тема 3. | Управление общественным и связями в государственном и муниципальном управлении. | 2/0,05 | 2/0,05 | Исторические типы связи государственной службы с общественностью: патриархальный, рациональная бюрократия, отзывчивая модель. Формирование концепции PR в политической науке. Функции PR: управленческая, информационная, коммуникационная, организационная. | ПК-9 ПК-11 | Знать: методику проведения анализа и синтеза; перечень основных административно-управленческих процессов и производственных функций, требующих нестандартного подхода к управлению и совершенствованию. Уметь: группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников; обосновать и объяснить инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации. Владеть: навыками аналитической | Проблемные лекции |

| | | | | | | | |
|---------|---|--------|---|--|---------------|--|--------------|
| | | | | | | деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в данной области исследования; навыками теоретического обоснования видов и форм инновационной деятельности. | |
| Тема 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | 2/0,06 | - | Преломление свойств информации в современных условиях. Информационная политика государства: понятие и основные направления формирования. Массовая коммуникация. СМИ в политическом процессе. | ПК-9 ПК-11 | <p>Знать: базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p>Уметь: работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p>Владеть: навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> | Слайд-лекции |
| Тема 5. | Технологии управления общественным и связями. | 2/0,05 | - | Организационное оформление службы по связям с общественностью. Составляющие процесса планирования. Элементы стратегического планирования PR-деятельности. Коммуникационные проблемы организации. | ПК-9 ПК-11 | <p>Знать: специфику анализа профессиональной деятельности; основные информационные технологии, особенности применения информационных технологий в государственном и муниципальном управлении.</p> <p>Уметь: применять данные анализа на практике; использовать информационные технологии в исследовательском процессе.</p> <p>Владеть: навыками работы с экономической учебной литературой и периодикой в области анализа и</p> | Слайд-лекции |

| | | | | | | | |
|---------|---|--------|--------|--|---------------|--|-------------------|
| | | | | | | прогнозирования профессиональной деятельности; навыками поиска информации, представления результатов исследования с использованием информационных технологий. | |
| Тема 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | 2/0,06 | - | Понятие и особенности политической рекламы. Функции политической рекламы. Психологические особенности восприятия рекламы. | ПК-11 | <p>Знать: базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p>Уметь: работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p>Владеть: навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> | Проблемные лекции |
| Тема 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | 2/0,05 | 1/0,03 | Понятие маркетинга. Маркетинг и связи с общественностью. Политический маркетинг. Понятие политического рынка. Политическое консультирование. | ПК-9 ПК-11 | <p>Знать: методику проведения анализа и синтеза; главные теоретические концепции и идеи в области государственной и муниципальной политики.</p> <p>Уметь: группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников; понимать общую методологию и сущность системы государственного и муниципального управления, взаимосвязь с управлением экономическими и социальными процессами.</p> <p>Владеть: навыками аналитической</p> | Лекции- беседы |

| | | | | | | | |
|---------|--|----------------|---------------|--|-------|---|-------------------|
| | | | | | | деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования; представлением об основных тенденциях развития и модернизации (реформирования) государственного и муниципального управления с учетом мировой административной практики | |
| Тема 8. | Лоббизм. | 1/0,03 | - | Понятие «лоббизм». История развития и становления. Лоббизм в современной России. Разработка нормативно-правовой базы лоббизма. | ПК-11 | <p>Знать: инструменты экономической политики; закономерности функционирования современной экономики на макро - и микроуровне.</p> <p>Уметь: решать типичные задачи по применению инструментов экономической политики.</p> <p>Владеть: навыками использования инструментов экономической политики на основе анализа и обработки социально-экономической информации.</p> | Проблемные лекции |
| Тема 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания имиджа. | 2/0,05 | - | Понятие «имиджа». Технологии построения имиджа как одно из направлений PR-деятельности. | ПК-11 | <p>Знать: методику проведения анализа и синтеза.</p> <p>Уметь: группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников.</p> <p>Владеть: навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования.</p> | Слайд-лекции |
| | Итого | 17/0,47 | 6/0,17 | | | | |

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

| № п/п | Раздел дисциплины | Наименование практических и семинарских занятий | Объем в часах/трудоемкость в з.е. | |
|--------------|--|---|-----------------------------------|---------------|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | Связи с общественностью в политической области и государственном управлении. Развитие PR в современном мире. | 2/0,06 | - |
| 2. | Теоретико-методологические основы изучения управления общественными связями. | Классификация Дж. Грунига и Т. Ханта. Понятие «общественное мнение». Работа с целевыми аудиториями. Формы и методы формирования общественного мнения. | 4/0,11 | - |
| 3. | Управление общественными связями в государственном муниципальном управлении. | Организация и деятельность PR-структур в органах государственной власти федерального, регионального и местного уровней. | 4/0,11 | - |
| 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | Роль информации в современном обществе. Информационное общество. Информационное пространство и его характеристики. | 4/0,11 | 2/0,06 |
| 5. | Технологии управления общественными связями. | Составление перспективных планов развития и планирования. Принципы эффективности деятельности PR-служб. Работа с неформальными группами. | 4/0,11 | 2/0,06 |
| 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | Политическая реклама в информационно-коммуникативных стратегиях: агитационно-пропагандистская; PR-коммуникация. | 4/0,11 | 1/0,03 |
| 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | Маркетинговые стратегии в PR-деятельности. Политико-административный маркетинг. | 4/0,11 | - |
| 8. | Лоббизм. | Технологии лоббизма. Лоббизм в PR-деятельности. Цели, задачи, стратегия GR-коммуникаций. | 4/0,11 | 1/0,03 |
| 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания имиджа. | Структура имиджа. Диагностика имиджа. | 4/0,11 | 2/0,06 |
| Итого | | | 34/0,94 | 8/0,22 |

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

5.7. Самостоятельная работа студентов

5.7.1. Содержание и объем самостоятельной работы студентов ОФО

| № п/п | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения | Сроки выполнения | Объем в часах/трудоемкость в з.е. |
|--------------|--|--|-------------------------|--|
| 1. | Становление PR-деятельности в России. Этические основы PR-деятельности. | Написание реферата | 2 неделя | 2/0,06 |
| 2. | Формирование общественного мнения - ядро PR-работы. Политическая культура и участие граждан в управлении обществом. | Составление плана-конспекта | 4 неделя | 2/0,06 |
| 3. | Особенности ПР в органах власти. Источники отчуждения населения. | Написание реферата | 5 неделя | 2/0,06 |
| 4. | Правовые основы деятельности средств массовой информации. PR и СМИ: взаимоотношения и проблемы. Тенденции развития СМИ в современной России. | Составление плана-конспекта | 7 неделя | 3/0,08 |
| 5. | Межличностные отношения в организации. Роль PR-структур во внутриорганизационных отношениях. | Составление плана-конспекта | 11 неделя | 3/0,08 |
| 6. | Управление рекламой. Нормативно-правовое регулирование политической рекламы. | Написание реферата | 13 неделя | 3/0,08 |
| 7. | Политический товар. Маркетинг в государственном управлении. | Написание реферата | 14 неделя | 2/0,06 |
| 8. | Место GR в системе корпоративных коммуникаций, корреляция с другими. | Написание реферата | 16 неделя | 2/0,05 |
| 9. | Имидж государства и органов власти. | Написание реферата | 17 неделя | 2/0,05 |
| Итого | | | | 21/0,58 |

5.7.2. Содержание и объем самостоятельной работы студентов ЗФО

| № п/п | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения | Объем в часах/трудоемкость в з.е. |
|--------------|--|--|--|
| 1. | Становление PR-деятельности в России. Этические основы PR-деятельности. | Написание реферата | 9/0,25 |
| 2. | Формирование общественного мнения – ядро PR-работы. Политическая культура и участие граждан в управлении обществом. | Составление плана-конспекта | 9/0,25 |
| 3. | Особенности ПР в органах власти. Источники отчуждения населения. | Написание реферата | 10/0,28 |
| 4. | Правовые основы деятельности средств массовой информации. PR и СМИ: взаимоотношения и проблемы. Тенденции развития СМИ в современной России. | Составление плана-конспекта | 10/0,28 |
| 5. | Межличностные отношения в организации. Роль PR-структур во внутриорганизационных отношениях. | Составление плана-конспекта | 10/0,28 |
| 6. | Управление рекламой. Нормативно-правовое регулирование политической рекламы. | Написание реферата | 9/0,25 |
| 7. | Политический товар. Маркетинг в государственном управлении. | Написание реферата | 10/0,27 |
| 8. | Место GR в системе корпоративных коммуникаций, корреляция с другими. | Написание реферата | 9/0,25 |
| 9. | Имидж государства и органов власти. | Написание реферата | 9/0,25 |
| Итого | | | 85/2,36 |

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1 Методические указания (собственные разработки)

Болокова, М.А. (Майкопский государственный технологический университет). Управление общественными отношениями : учебно-методическое пособие / М.А. Болокова ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2013. - 56 с. - Библиогр.: с. 30 - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100000849>

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Мамедова, Н.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Мамедова Н.А., Кривова Т.А. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 92 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=612689>

2. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс]: учебник/ А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. - М ИНФРА-М 2014.- 329 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426920>

3. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник / А.А. Марков. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 190 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Этапы формирования компетенции (номер семестра согласно учебному плану) | | Наименование учебных дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы |
|--|---------|---|
| ОФО | ЗФО | |
| OK-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | | |
| 1, 2, 3 | 1, 2, 3 | Иностранный язык |
| 1 | 1 | Русский язык и культура речи |
| 1 | 1 | Адыгейский язык |
| 5 | 6 | Организационное поведение |
| 6 | 6 | Управление общественными отношениями |
| 4 | 6 | Управление организационными коммуникациями |
| 6 | 8 | Молодежная политика |
| 8 | 9 | Теория и практика межэтнических коммуникаций |
| 2 | 4 | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности |
| 4 | 6 | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая) |
| 8 | 9 | Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы |

| | | |
|---|---|--|
| 8 | 9 | Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена |
| 8 | 9 | Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы |

ПК-9: способностью осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации

| | | |
|---------------------|----------|---|
| 2 | 2 | Психология |
| 1 | 1 | Адыгейский язык |
| 3 | 3 | Политология |
| 3 | 3 | Культурология |
| 6 | 7 | Социальная психология |
| 1 | 1 | Русский язык и культура речи |
| 1, 2 | 2, 3 | Теория управления |
| 4 | 5 | Социология управления |
| 6 | 6 | Управление общественными отношениями |
| 4 | 6 | Управление организационными коммуникациями |
| 1, 2, 3, 4, 5, 6 | 5 | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту |
| 8 | 7 | Управление рынком труда и занятостью |
| 8 | 9 | Теория и практика межэтнических коммуникаций |
| 2 | 4 | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности |
| 4 | 6 | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая) |
| 8 | 9 | Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы |
| 8 | 9 | Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена |
| 8 | 9 | Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы |

ПК-11: владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения

| | | |
|----------|----------|--|
| 7 | 7 | Государственная и муниципальная служба |
| 6 | 6 | Управление общественными отношениями |
| 8 | 9 | Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы |
| 8 | 9 | Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена |
| 8 | 9 | Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы |

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|---|--|--------------------------------------|--|---|--|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | | | | | |
| Знать: нормы, правила и способы осуществления коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач в типовых ситуациях в бытовой и профессиональной сферах межличностного и межкультурного взаимодействия. | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания | Контрольная работа, реферат, тест, экзамен |
| Уметь: логически верно и грамотно строить устную и письменную речь на русском и иностранном языках для решения задач в типовых ситуациях межличностного и межкультурного взаимодействия; пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского и иностранного языка. | Частичные умения | Неполные умения | Учения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |
| Владеть: различными формами, видами устной и письменной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности; технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности культурой речи. | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |
| ПК-9: способностью осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации | | | | | |
| Знать: основные теории и концепции | Фрагментарные | Неполные знания | Сформированные, но | Сформированные | Контрольная |

| | | | | | |
|---|-----------------------------|--------------------------------------|--|---|--|
| взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. | знания | | содержащие отдельные пробелы знания | систематические знания | работа, реферат, тест, экзамен |
| Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации и вырабатывать предложения по повышению их эффективности; логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации. | Частичные умения | Неполные умения | Учения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |
| Владеть: навыками деловых коммуникаций; навыками разрешения конфликта интересов с позиций социальной ответственности. | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |
| ПК-11: владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения | | | | | |
| Знать: способы предоставления интересов и официальной информации органов государственной власти и муниципальной службы, способами применения базовых технологий для формирования общественного мнения, основные приемы организации связей с общественностью, приемы формирования и продвижения имиджа органов государственной власти и муниципальной службы. | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания | Контрольная работа, реферат, тест, экзамен |
| Уметь: объяснять сущность и | Частичные умения | Неполные умения | Учения полные, | Сформированные | |

| | | | | |
|--|------------------------------------|---|---|--|
| <p>основные направления деятельности органов государственной и муниципальной службы, выбирать оптимальные способы влияния на общественное мнение, учитывать современные проекты и программы при принятии управленческих решений, формировать и продвигать имидж государственной и муниципальной службы, применять технологию маркетинга в области формирования и продвижения имиджа и профессиональной деятельности.</p> | | <p>допускаются небольшие ошибки</p> | <p>умения</p> | |
| <p>Владеть: приемами предоставления интересов и официальной информации органов государственной власти и муниципальной службы, навыками применения базовых технологий для формирования общественного мнения, основными приемами организации связей с общественностью, приемами формирования и продвижения имиджа органов государственной власти и муниципальной службы.</p> | <p>Частичное владение навыками</p> | <p>Несистематическое применение навыков</p> | <p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p> | <p>Успешное и систематическое применение навыков</p> |

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

Вариант 1

1. Public Relations – это ...

- a) совокупные меры по «раскручиванию» торговой марки в целях пробуждения у покупателей чувства потребности, привязанности к признательности фирмы за предоставленные товары;
- b) не навязывание чужой воли другим, а свободное сотрудничество с взаимовыгодными интересами всех партнеров;
- c) искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности;
- d) управление информацией о компании, если вы не занимаетесь ПР, то Вы не контролируете то, что о вас говорят другие и мнение о Вас складывается без Вашего вмешательства.

2. Функция связей с общественностью

- a) социальная;
- b) информационно-коммуникативная;
- c) политическая;
- d) торгово-финансовая.

3. Основным условием становления и развития связей с общественностью являлись ...
(выберите два ответа)

- a) развитие массовой прессы;
- b) социальные причины;
- c) духовное состояние общества;
- d) политические причины;
- e) демографические причины.

4. Какими способами можно управлять информацией в обществе?

- a) дозированием;
- b) помехами в организации СМИ как юридических лиц;
- c) формированием фирмой собственного информационного потока;
- d) преувеличением значимости отдельных деталей;
- e) умолчанием.

5. Коммуникация – это...

- a) процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями;
- b) транспортные пути;
- c) связь между людьми, организациями, государствами.

Вариант 2

1. Общественные отношения – это ...

- a) отношения между людьми
- b) взаимосвязи между социальными общностями, возникающие в процессе совместной деятельности и различных взаимодействий
- c) отношения между общественными организациями
- d) процесс передачи информации между источником и получателем

2. Цель PR

- a) реклама фирмы и ее услуг

- b) согласие организации с ее общественностью
 - c) повышение прибылей организации
 - d) создание эффективного канала воздействия на социум
3. Направлением связей с общественностью является ...
- a) экономические отношения
 - b) арендные отношения
 - c) транспортные связи
 - d) формирование имиджа организации
4. Власть, основанная на использовании СМИ, называется...
- a) геронократия;
 - b) технократия;
 - c) медиакратия;
 - d) охлократия.
5. Исключите лишнюю коммуникационную модель ПР
- a) двусторонний ассиметричный ПР;
 - b) манипулятивная модель;
 - c) модель общественной информации;
 - d) двусторонний симметричный ПР.

Темы рефератов для текущей аттестации

1. Управление связями с общественностью на предприятии (организации).
2. Основные правила установления и поддержания связей с общественностью.
3. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения.
4. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
5. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
6. Основные права и обязанности сторон при изготовлении и распространении рекламных материалов.
7. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
8. Организационно-правовое обеспечение внутрифирменных служб информационной безопасности при осуществлении связей с общественностью.
9. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.
10. Ответственность изготовителей, исполнителей и продавцов за нарушение прав потребителей.
11. Презентационная работа с потребителями при осуществлении связей с общественностью.
12. Формирование корпоративной этики.
13. Направления ПР-деятельности в установлении внутриотраслевых отношений предпринимателей.
14. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
15. Организация рекламной кампании.
16. Сравнение эффективности предвыборных действий.
17. Административные способы ограничения свободы слова.
18. Типы средств массовой информации и их влияние на общественность.
19. Система связей власти с общественностью.
20. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
21. Формирование общественного мнения.

Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Управление общественными отношениями»

1. Понятие, определения PR.

2. Принципы и функции PR.
3. Краткая история становления «Паблик рилейшнз».
4. Развитие PR в современном мире.
5. Особенности развития связей с общественностью в России.
6. Задачи PR-служб в работе с общественным мнением.
7. Связи с общественностью в государственном управлении.
8. Связи с общественностью в политике.
9. Виды коммуникации.
10. Модели коммуникации.
11. Общественность и общественное мнение.
12. Формы и методы формирования общественного мнения.
13. PR в бизнесе, политике и государственном управлении: общее и особенное.
14. Особенности PR в органах власти.
15. PR-службы органов власти, функции, структура.
16. Кодекс профессионального поведения и этики.
17. Информационная политика государства: понятие и основные направления формирования.
18. Функции пресс-службы и пресс-секретаря в органах власти.
19. Взаимодействие PR со средствами массовой информации.
20. Правовые основы деятельности средств массовой информации.
21. Планирование и организация проведения «Паблик рилейшнз».
22. Элементы стратегического планирования PR-деятельности.
23. Сущность и формы коммуникации в организации.
24. Цели, средства и планирование антикризисного PR.
25. Реклама в системе PR.
26. Понятие и функции политической рекламы.
27. Маркетинг и маркетинговые коммуникации.
28. PR как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций.
29. Маркетинг в политике и государственном управлении.
30. PR и пропаганда: сходство и различия.
31. Понятие и технологии лоббизма.
32. Лоббизм в PR-деятельности.
33. Цели, задачи, стратегия GR-коммуникаций.
34. Задачи «Паблик рилейшнз» в создании и продвижении имиджа в организации.
35. Технологии построения имиджа как одно из направлений PR-деятельности.
36. Имидж государства и органов власти.

Тематика контрольных работ для бакалавров ЗФО

Вариант №1

1. Организация работы отдела по связям с общественностью в органах государственной власти. Характеристика основных участников коммуникационного процесса в государственном управлении.

2. Связи с общественностью и средства массовой коммуникации.

3. Практическое задание: (письменно)

Проанализируйте коммуникационные потоки организации, с которой вы связаны (работаете, учитесь, проходите практику и пр.). Определите, можно ли их признать удовлетворительными?

Разработайте комплекс средств коммуникаций, который необходим для эффективного осуществления связей с общественностью. Что необходимо изменить, чтобы предложенная вами система заработала?

Вариант №2

1. Право и этика связей с общественностью государственной власти и местного самоуправления.

2. Каковы проблемы взаимоотношений власти и прессы. В чем особенности работы с сотрудниками радио и телевидения, приглашенных, например, на пресс – конференцию?

3. Практическое задание: (письменно)

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводам:

- Проведение крупного спортивного мероприятия.
- Открытие нового банка.

Вариант №3

1. Задачи ПР-службы в разработке и реализации информационной политики органов власти.

2. Формы и методы управления коммуникационными процессами в государственном и муниципальном управлении.

3. Практическое задание: (письменно)

Ознакомьтесь с преимуществами и недостатками основных и вспомогательных СМИ. Разработайте событийно-новостной ряд с целью получения оптимальных информационных выходов для следующих событий:

- Открытие новой республиканской больницы (в ходе предвыборной кампании).
- Проведение благотворительного марафона «Мы и наши дети».

Вариант №4

1. Взаимодействие органов власти с политическими партиями и движениями, некоммерческими организациями.

2. Лоббизм. Формы и методы лоббистской деятельности. Приведите примеры лоббирования в ведущих странах мира и в России.

3. Практическое задание: (письменно)

На вашем предприятии произошла крупная техногенная авария. Факт аварии отобразили в своих новостях большинство СМИ.

Определите вопросы, на которые стоит обратить внимание в ситуации данного кризиса. Как будет выглядеть ваше (руководителя отдела по связям с общественностью) обращение к журналистам? Какую информацию вы им дадите? Кто перед ними будет выступать? Где? Когда?

Вариант №5

1. Раскройте механизм разработки программы отношений с инвесторами. Назовите основные этапы формирования программы и принципы, которых надо придерживаться при реализации программы и установлении коммуникаций с целевыми аудиториями.

2. Роль службы по связям с общественностью в управлении персоналом администрации.

3. Практическое задание: (письменно)

Составьте пресс-релиз, а также подготовьте перечень материалов, которые должны войти в «медиа-кит», для готовящейся медиа-презентации по поводам:

- Строительство крупного спортивно-развлекательного центра.
- Открытие нового филиала пенсионного фонда.

Вариант №6

1. Местные органы власти и связи с общественностью(ПР). Цели ПР применительно к местному самоуправлению.

2. Планирование и осуществление политических кампаний.

3. Практическое задание: (письменно)

Подготовьте тексты выступления ответственного работника фирмы (организации) в связи с «нештатной ситуацией» (резким падением курса акций; визитом налоговой полиции в офис фирмы; скандалом вокруг забраковки партии выпускемых или

реализуемых фирмой товаров и т.п.). (Выбрать не менее двух ситуаций. Объем одного текста – 10-15 предложений).

Вариант №7

1. Репутация органов власти как предмет деятельности службы по связям с общественностью. Имиджевая регуляция поведения персонала аппарата государственного и муниципального управления.

2. Как вы оцениваете роль деятельности ПР-агентств, пресс-служб, информационных и консультационных агентств в становлении рыночных отношений в России?

3. Практическое задание: (письменно)

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ политических, деловых либо международных тем. Подготовьте экспресс-информацию по выбранной теме на основе материалов 5-6 газет или журналов за последнюю неделю. Сделайте письменное сообщение.

Сообщение необходимо сделать для газеты.

Вариант №8

1. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

2. Опишите роль и значение пресс – центров, информационных агентств при органах государственной власти в области установления тесных контактов с населением и СМИ. Проанализируйте работу пресс – секретарей по информированию различных слоев населения об основных направлениях деятельности представителей законодательной и исполнительной власти.

3. Практическое задание: (письменно)

Подготовьте выступления-обращения для лидера партии «Яблоко» по следующим поводам:

- Встреча со студентами вузов (в ходе избирательной компании).
- Митинг против ввода войск США в Ирак.

(Объем одного текста – 10-15 предложений.)

Вариант №9

1. Местные органы власти и связи с общественностью. Связь местных органов власти с местными СМИ. Критерии эффективности в управлении коммуникациями в сфере государственного и муниципального управления.

2. Информационные процессы в обществе и управление. Методы осуществления связи с общественностью.

3. Практическое задание: (письменно)

Выберите одну из широко обсуждаемых в СМИ политических, деловых либо международных тем. Подготовьте экспресс-информацию по выбранной теме на основе материалов 5-6 газет или журналов за последнюю неделю. Сделайте письменное сообщение.

Сообщение необходимо сделать для радиорепортажа.

Вариант №10

1. ПР-обеспечение (формирование позитивного имиджа) работы федеральных и региональных органов законодательной власти.

2. Методы передачи информации прессе. Виды средств коммуникации и характеристика эффективности воздействия каждого из них на целевые группы.

3. Практическое задание: (письменно)

Подготовьте выступления-обращения для руководителя компании по следующим поводам:

- Праздничный ужин по поводу юбилея компании.
- Открытие выставки достижений компании.

(Объем одного текста – 10-15 предложений.)

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки владения понятиями определенной науки и т. д.

При оценке контрольной преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмыслиения темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся проанализировал материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа оформлена в соответствии с требованиями;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с последней цифрой зачетки (студенческого билета) бакалавра.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Контрольная работа оценивается по двухбалльной шкале:

- зачтено – работа выполнена;
- не зачтено – работа не выполнена.

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизованных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие

задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагаются два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен по дисциплине служит для оценки работы обучающегося в течение семестра (семестров) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении профессиональных задач.

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса.

Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов.

Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем бакалаврам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - бакалавр глубоко иочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - бакалавр твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - бакалавр усвоил только основной материал, но не

знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - бакалавр не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Чумиков А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс]: учебник/ А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. - М ИНФРА-М 2014.- 329 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426920>

2. Мамедова, Н.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Мамедова Н.А., Кривова Т.А. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 92 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=612689>

3. Марков, А.А. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учебник / А.А. Марков. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 190 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>

8.2. Дополнительная литература

4. Гурьев, Д.Д. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]/ Д.Д. Гурьев. - М.: ИНФРА-М, 2015.-32 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=504597>

5. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2014. - 205 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=421194>

6. Болокова, М.А. Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / М.А. Болокова. - Майкоп: Кучеренко В.О., 2013. - 56 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=2100000849>

8.3.Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»:

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>

- Официальный сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.government.ru>

- Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

- Научная электронная библиотека www.eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: [//lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2](http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2);

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

- Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <http://wciom.ru>

- Сайт Общественной палаты России. Режим доступа: www.oprf.ru

Учебно-наглядные пособия включают в себя: таблицу «Модели коммуникаций, используемые в практике PR (модели Дж. Грюнига и Т. Ханта)», схему «Механизм построения PR-деятельности», схему «Средства маркетинговых коммуникаций», схему «Рекламные технологии: исторический обзор», схему «Колесо бренда».

**9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
Учебно-методические материалы по изучению лекционного курса и подготовке
к практическим (семинарским) занятиям**

План проведения занятий

| № п/п | Раздел дисциплины | Лекции | | Практические | | СРС | |
|----------|--|-----------|----------|--------------|----------|--------------|--------------|
| | | ОФО | ЗФО | ОФО | ЗФО | ОФО | ЗФО |
| 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | 2 | 1 | 2 | - | 2 | 9 |
| 2. | Теоретико-методологические основы изучения управления общественными отношениями. | 2 | 2 | 4 | - | 2 | 9 |
| 3. | Управление общественными отношениями в государственном и муниципальном управлении. | 2 | 2 | 4 | - | 2 | 10 |
| 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | 2 | - | 4 | 2 | 3 | 10 |
| 5. | Технологии управления общественными отношениями. | 2 | - | 4 | 2 | 3 | 10 |
| 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | 2 | - | 4 | 1 | 3 | 9 |
| 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | 2 | 1 | 4 | - | 2 | 10 |
| 8. | Лоббизм. | 1 | - | 4 | 1 | 2 | 9 |
| 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания. | 2 | - | 4 | 2 | 2 | 9 |
| | ИТОГО: | 17 | 6 | 34 | 8 | 21 | 85 |
| 10. | Промежуточная аттестация | - | - | - | - | 35,65 | 8,65 |
| | ВСЕГО: | 17 | 6 | 34 | 8 | 56,65 | 93,65 |

Содержание разделов дисциплины «Управление общественными отношениями», образовательные технологии (ОФО, ЗФО)

| № п/п | Наименование темы дисциплины | Трудоемкость (часы/з.е.) | | Содержание | Формируемые компетенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть) | Образовательные технологии |
|----------|---|-----------------------------|--------|---|----------------------------|--|-------------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | | | | |
| Тема 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | 2/0,06 | 1/0,03 | Связи с общественностью в процессе управления общественными отношениями. Факторы актуализации PR в области политического управления. Принципы PR. | ПК-11 | Знать: основные методы сбора и анализа информации, способы формализации цели и методы ее достижения; базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции. Уметь: анализировать, обобщать и воспринимать информацию; ставить цель и формулировать задачи по её достижению; работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. Владеть: методами анализа и обобщения информации, включая методы экономических, социальных, гуманитарных и других дисциплин; навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. | Слайд-лекции |
| Тема 2. | Теоретико-методологические основы изучения управления | 2/0,06 | 2/0,06 | Общение как социально-психологический механизм взаимодействия. Понятие коммуникации. Виды | ОК-5 ПК-9 | Знать: специфику коммуникаций в устной и письменной форме; нормативно-правовые основы обеспечения формирования, | Лекция-визуализация |

| | | | | | | | |
|---------|--|--------|--------|---|---------------|--|-------------------|
| | общественными отношениями. | | | коммуникации. Особенности политической коммуникации. Модели коммуникаций, используемые в практике PR. | | организации и деятельности системы органов государственной и муниципальной власти; основные виды информации и ее источники. Уметь: применять навыки коммуникаций в устной и письменной форме на практике; сформировать четкое представление о системе правового и нормативного обеспечения управления на различных уровнях (государства, муниципального образования, организации); использовать основные характеристики современного информационного пространства для сбора информации. Владеть: навыками, коллективного обсуждения результатов работы, формирования новых коллективных подходов в решении поставленных задач; навыками комплексного анализа правовой и нормативной информации; первичными навыками обработки и защиты информации. | |
| Тема 3. | Управление общественными отношениями в государственном и муниципальном управлении. | 2/0,05 | 2/0,05 | Исторические типы связи государственной службы с общественностью: патриархальный, рациональная бюрократия, отзывчивая модель. Формирование концепции PR в политической науке. Функции PR: управленческая, информационная, коммуникационная, | ПК-9 ПК-11 | Знать: методику проведения анализа и синтеза; перечень основных административно-управленческих процессов и производственных функций, требующих нестандартного подхода к управлению и совершенствованию. Уметь: группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников; обосновать и объяснить инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации. | Проблемные лекции |

| | | | | | | | |
|---------|---|--------|---|--|---------------|---|--------------|
| | | | | организационная. | | Владеть: навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в данной области исследования; навыками теоретического обоснования видов и форм инновационной деятельности. | |
| Тема 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | 2/0,06 | - | Преломление свойств информации в современных условиях. Информационная политика государства: понятие и основные направления формирования. Массовая коммуникация. СМИ в политическом процессе. | ПК-9 ПК-11 | Знать: базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции. Уметь: работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. Владеть: навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. | Слайд-лекции |
| Тема 5. | Технологии управления общественными отношениями. | 2/0,05 | - | Организационное оформление службы по связям с общественностью. Составляющие процесса планирования. Элементы стратегического планирования PR-деятельности. Коммуникационные проблемы организации. | ПК-9 ПК-11 | Знать: специфику анализа профессиональной деятельности; основные информационные технологии, особенности применения информационных технологий в государственном и муниципальном управлении. Уметь: применять данные анализа на практике; использовать информационные технологии в исследовательском процессе. Владеть: навыками работы с | Слайд-лекции |

| | | | | | | | |
|---------|--|--------|--------|---|---------------|---|-------------------|
| | | | | | | экономической учебной литературой и периодикой в области анализа и прогнозирования профессиональной деятельности; навыками поиска информации, представления результатов исследования с использованием информационных технологий. | |
| Тема 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | 2/0,06 | - | Понятие и особенности политической рекламы. Функции политической рекламы. Психологические особенности восприятия рекламы. | ПК-11 | Знать: базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции. Уметь: работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. Владеть: навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. | Проблемные лекции |
| Тема 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | 2/0,05 | 1/0,03 | Понятие маркетинга. Маркетинг и связи с общественностью. Политический маркетинг. Понятие политического рынка. | ПК-9 ПК-11 | Знать: методику проведения анализа и синтеза; главные теоретические концепции и идеи в области государственной и муниципальной политики. Уметь: группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников; понимать общую методологию и сущность системы государственного и муниципального управления, взаимосвязь с управлением экономическими и | Лекции- беседы |

| | | | | | | | |
|--------------|--|----------------|---------------|--|-------|---|-------------------|
| | | | | | | социальными процессами. Владеть: навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования; представлением об основных тенденциях развития и модернизации (реформирования) государственного и муниципального управления с учетом мировой административной практики | |
| Тема 8. | Лоббизм. | 1/0,03 | - | Понятие «лоббизм». История развития и становления. Лоббизм в современной России. Разработка нормативно-правовой базы лоббизма. | ПК-11 | Знать: инструменты экономической политики; закономерности функционирования современной экономики на макро - и микроуровне. Уметь: решать типичные задачи по применению инструментов экономической политики. Владеть: навыками использования инструментов экономической политики на основе анализа и обработки социально-экономической информации. | Проблемные лекции |
| Тема 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания имиджа. | 2/0,05 | - | Понятие «имиджа». Технологии построения имиджа как одно из направлений деятельности. PR- | ПК-11 | Знать: методику проведения анализа и синтеза. Уметь: группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников. Владеть: навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования. | Слайд-лекции |
| Итого | | 17/0,47 | 6/0,17 | | | | |

Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах (ОФО, ЗФО)

| № п/п | Раздел дисциплины | Наименование практических и семинарских занятий | Объем в часах/трудоемкость в з.е. | |
|--------------|--|---|-----------------------------------|---------------|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 1. | Предмет, цели, задачи, содержание дисциплины. | Связи с общественностью в политической области и государственном управлении. Развитие PR в современном мире. | 2/0,06 | - |
| 2. | Теоретико-методологические основы изучения управления общественными отношениями. | Классификация Дж. Грунига и Т. Ханта. Понятие «общественное мнение». Работа с целевыми аудиториями. Формы и методы формирования общественного мнения. | 4/0,11 | - |
| 3. | Управление общественными отношениями в государственном и муниципальном управлении. | Организация и деятельность PR-структур в органах государственной власти федерального, регионального и местного уровней. | 4/0,11 | - |
| 4. | Информационные процессы в обществе и информационная политика государства. | Роль информации в современном обществе. Информационное общество. Информационное пространство и его характеристики. | 4/0,11 | 2/0,06 |
| 5. | Технологии управления общественными отношениями. | Составление перспективных планов развития и планирования. Принципы эффективности деятельности PR-служб. Работа с неформальными группами. | 4/0,11 | 2/0,06 |
| 6. | Политическая реклама в системе массовых коммуникаций. | Политическая реклама в информационно-коммуникативных стратегиях: агитационно-пропагандистская; PR-коммуникация. | 4/0,11 | 1/0,03 |
| 7. | Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг. | Маркетинговые стратегии в PR-деятельности. Политико-административный маркетинг. | 4/0,11 | - |
| 8. | Лоббизм. | Технологии лоббизма. Лоббизм в PR-деятельности. Цели, задачи, стратегия GR-коммуникаций. | 4/0,11 | 1/0,03 |
| 9. | Имидж. Технологии построения и поддержания имиджа. | Структура имиджа. Диагностика имиджа. | 4/0,11 | 2/0,06 |
| Итого | | | 34/0,94 | 8/0,22 |

Учебно-методические материалы по самостоятельной работе бакалавров
Содержание и объем самостоятельной работы бакалавров для ОФО

| № п/п | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения | Перечень домашних заданий и других во- просов для самостоя- тельного изучения | Сроки вы- полнения | Объем в часах/ трудоемкость в з.е. |
|------------------|--|--|-------------------------------|---|
| 1. | Становление PR-деятельности в России. Этические основы PR-деятельности. | Написание реферата | 2 неделя | 2/0,06 |
| 2. | Формирование общественного мнения - ядро PR-работы. Политическая культура и участие граждан в управлении обществом. | Составление плана-конспекта | 4 неделя | 2/0,06 |
| 3. | Особенности ПР в органах власти. Источники отчуждения населения. | Написание реферата | 5 неделя | 2/0,06 |
| 4. | Правовые основы деятельности средств массовой информации. PR и СМИ: взаимоотношения и проблемы. Тенденции развития СМИ в современной России. | Составление плана-конспекта | 7 неделя | 3/0,08 |
| 5. | Межличностные отношения в организации. Роль PR-структур во внутриорганизационных отношениях. | Составление плана-конспекта | 11 неделя | 3/0,08 |
| 6. | Управление рекламой. Нормативно-правовое регулирование политической рекламы. | Написание реферата | 13 неделя | 3/0,08 |
| 7. | Политический товар. Маркетинг в государственном управлении. | Написание реферата | 14 неделя | 2/0,06 |
| 8. | Место GR в системе корпоративных коммуникаций, корреляция с другими. | Написание реферата | 16 неделя | 2/0,05 |
| 9. | Имидж государства и органов власти. | Написание реферата | 17 неделя | 2/0,05 |
| Итого | | | | 21/0,58 |

Содержание и объем самостоятельной работы бакалавров для ЗФО

| № п/п | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения | Объем в часах/трудоемкость в з.е. |
|--------------|--|--|--|
| 1. | Становление PR-деятельности в России. Этические основы PR-деятельности. | Написание реферата | 9/0,25 |
| 2. | Формирование общественного мнения - ядро PR-работы. Политическая культура и участие граждан в управлении обществом. | Составление плана-конспекта | 9/0,25 |
| 3. | Особенности PR в органах власти. Источники отчуждения населения. | Написание реферата | 10/0,28 |
| 4. | Правовые основы деятельности средств массовой информации. PR и СМИ: взаимоотношения и проблемы. Тенденции развития СМИ в современной России. | Составление плана-конспекта | 10/0,28 |
| 5. | Межличностные отношения в организации. Роль PR-структур во внутриорганизационных отношениях. | Составление плана-конспекта | 10/0,28 |
| 6. | Управление рекламой. Нормативно-правовое регулирование политической рекламы. | Написание реферата | 9/0,25 |
| 7. | Политический товар. Маркетинг в государственном управлении. | Написание реферата | 10/0,27 |
| 8. | Место GR в системе корпоративных коммуникаций, корреляция с другими. | Написание реферата | 9/0,25 |
| 9. | Имидж государства и органов власти. | Написание реферата | 9/0,25 |
| Итого | | | 85/2,36 |

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю, практике, ГИА), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:

1. Операционная система «Windows»;
2. Офисный пакет «WPS office»;
3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»;
4. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;
5. Тестовая система собственной разработки, правообладатель ФГБОУ ВО «МГТУ», свидетельство №2013617338.

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (www.znanium.com).
2. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (www.iprbook.ru)

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

| Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|---|--|
| Специальные помещения | | |
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: каб.16; 385000, Российской Федерации, | Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, учебно-наглядные пособия, компьютерный класс на 15 | 1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое |

| | | |
|--|--|--|
| <p>Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского д. 30</p> <p>Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: каб.11; 385000, Российской Федерации, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского д. 30; а также кабинет кафедры конституционного строительства и государственного и муниципального управления (каб. 15)</p> <p>Компьютерный класс: каб.23; адрес - 385000, РФ, Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского д. 30.</p> | <p><i>посадочных мест,</i> оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p> | <p>(бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»; 3. Офисный пакет «WPS office»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader». |
| Помещения для самостоятельной работы | | |
| <p>Учебные аудитории для самостоятельной работы:</p> <p>Компьютерный класс: 385000, Российская Федерация, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского д. 30, каб.23</p> <p>Читальный зал: 385000, Российской Федерации, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, д. 191, 3 этаж.</p> | <p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p> | <p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»; 3. Офисный пакет «WPS office»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader». |

**Дополнения и изменения в рабочей программе
на _____ / _____ учебный год**

В рабочую программу _____
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) _____
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

«_____» _____ 20 ____ г.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) _____ (Ф.И.О.)