

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 05.03.2024 16:57:10  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет \_\_\_\_\_ управления \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_ конституционного строительства и государственного и муниципального  
управления \_\_\_\_\_



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета управления  
В.И.Зарубин  
«18» 05 2020г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине: Б1.В.18 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 2020

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  
« 18 » 05 2020 г.


  
(подпись)

Болокова М.А.  
(Ф.И.О.)

Одобрено  
научно-методической комиссией  
факультета управления

« 18 » 05 2020 г.

Председатель  
научно-методического  
совета направления (специальности)

  
(подпись)

Болокова М.А.  
(Ф.И.О.)

Декан факультета управления


« 18 » 05 2020 г.

  
(подпись)

Зарубин В.И.  
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ  
« 18 » 05 2020 г.

  
(подпись)

Чудесова Н.П.  
(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 публичных рилейнз и способствовать овладению их основами.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина входит в перечень курсов вариативной части учебного плана. 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», «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 иностранном 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 выработать 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
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>51,35/1,43</b>		<b>51,35/1,43</b>
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)			
<b>Самостоятельная работа студентов (СР) (всего)</b>	<b>21/0,58</b>		<b>21/0,58</b>
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-		-
Реферат	6/0,16		6/0,16
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта			
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных			
<b>Контроль (всего)</b>	<b>35,65/0,99</b>		<b>35,65/0,99</b>
Форма промежуточной аттестации: (зачет, экзамен)			экзамен
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108/3</b>		<b>108/3</b>

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
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>14,35/0,4</b>		<b>14,35/0,4</b>
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)			
<b>Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)</b>	<b>85/2,36</b>		<b>85/2,36</b>
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-		-
Реферат	36/1		36/1
Контрольная работа	13/0,36		13/0,36
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	36/1		36/1
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных			
<b>Контроль (всего)</b>	<b>8,65/0,24</b>		<b>8,65/0,24</b>
Форма промежуточной аттестации: <b>(зачет, экзамен)</b>			экзамен
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>108/3</b>		<b>108/3</b>

## 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	СР	
<b>6 семестр</b>									
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
	<b>ИТОГО:</b>		<b>17</b>	<b>34</b>	<b>0,35</b>		<b>35,65</b>	<b>21</b>	

## 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	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>0,35</b>		<b>8,65</b>	<b>85</b>

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

№ 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	<p><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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 управления	2/0,06	2/0,06	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия. Понятие коммуникации. Виды коммуникации. Особенности	ОК-5 ПК-9	<p><b>Знать:</b> специфику коммуникаций в устной и письменной форме; нормативно-правовые основы обеспечения формирования, организации и деятельности системы органов государственной и муниципальной власти; ос-</p>	Лекция-визуализация



	общественными связями.			политической коммуникации. Модели коммуникаций, используемые в практике PR.		<p>новые виды информации и ее источники.</p> <p><b>Уметь:</b> 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.</p> <p><b>Владеть:</b> 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.</p>	
Тема 3.	Управление общественными 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	<p><b>Знать:</b> методику проведения анализа и синтеза; перечень основных административно-управленческих процессов и производственных функций, требующих нестандартного подхода к управлению и совершенствованию.</p> <p><b>Уметь:</b> группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников; обосновать и объяснить инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования; навыками</p>	Проблемные лекции

						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><b>Знать:</b> базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p><b>Уметь:</b> работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p>	Слайд-лекции
Тема 5.	Технологии управления общественными 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><b>Знать:</b> специфику анализа профессиональной деятельности; основные информационные технологии, особенности применения информационных технологий в государственном и муниципальном управлении.</p> <p><b>Уметь:</b> применять данные анализа на практике; использовать информационные технологии в исследовательском процессе.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками работы с экономической учебной литературой и периодикой в области анализа и прогнозирования профессиональной деятельности; навыками поиска информации, представления результатов исследования с использованием информационных технологий.</p>	Слайд-лекции
Тема	Политическая	2/0,06	-	Понятие и особенности по-	ПК-11	<b>Знать:</b> базовые тенденции развития эконо-	Проблемные

6.	реклама в системе массовых коммуникаций.			литической рекламы. Функции политической рекламы. Психологические особенности восприятия рекламы.		мических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции. <b>Уметь:</b> работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции. <b>Владеть:</b> навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.	лекции
Тема 7.	Маркетинговые технологии и PR. Политический маркетинг.	2/0,05	1/0,03	Понятие маркетинга. Маркетинг и связи с обществом. Политический маркетинг. Понятие политического рынка. Политическое консультирование.	ПК-9 ПК-11	<b>Знать:</b> методику проведения анализа и синтеза; главные теоретические концепции и идеи в области государственной и муниципальной политики. <b>Уметь:</b> 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. <b>Владеть:</b> 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	Лекции-беседы

						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	<b>Знать:</b> инструменты экономической политики; закономерности функционирования современной экономики на макро - и микроуровне. <b>Уметь:</b> решать типичные задачи по применению инструментов экономической политики. <b>Владеть:</b> 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 PR-деятельности.	ПК-11	<b>Знать:</b> методику проведения анализа и синтеза. <b>Уметь:</b> группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников. <b>Владеть:</b> навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования.	Слайд-лекции
	<b>Итого</b>	<b>17/0,47</b>	<b>6/0,17</b>				

**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 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 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
<b>Итого</b>			<b>34/0,94</b>	<b>8/0,22</b>

**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 самостоятельно-го изучения	Перечень домашних заданий и других во-просов для самостоя-тельного изучения	Сроки вы-полнения	Объем в ча-сах/ трудо-емкость 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 обще-ством.	Написание реферата	4 неделя	2/0,06
3.	Особенности ПР в органах власти. Источники отчужде-ния населения.	Написание реферата	5 неделя	2/0,06
4.	Правовые основы деятельно-сти средств массовой инфор-мации. PR и СМИ: взаимоотно-шения и проблемы. Тенден-ции развития СМИ в совре-менной России.	Написание реферата	7 неделя	3/0,08
5.	Межличностные отношения в организации. Роль PR-структур во внутриорганиза-ционных отношениях.	Написание реферата	11 неделя	3/0,08
6.	Управление рекламой. Нормативно-правовое регулирова-ние политической рекламы.	Написание реферата	13 неделя	3/0,08
7.	Политический товар. Марке-тинг в государственном управлении.	Написание реферата	14 неделя	2/0,06
8.	Место GR в системе корпора-тивных коммуникаций, корреляция с другими.	Написание реферата	16 неделя	2/0,05
9.	Имидж государства и органов власти.	Написание реферата	17 неделя	2/0,05
	<b>Итого</b>			<b>21/0,58</b>

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 Контрольная работа	6/0,16 3/0,08
3.	Особенности ПР в органах власти. Источники отчуждения населения.	Составление плана-конспекта	10/0,28
4.	Правовые основы деятельности средств массовой информации. PR и СМИ: взаимоотношения и проблемы. Тенденции развития СМИ в современной России.	Контрольная работа	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.	Составление плана-конспекта	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
	<b>Итого</b>		<b>85/2,36</b>

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

### 6.1 Методические указания (собственные разработки)

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>

### 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, 2019. - 343с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/989359>

3. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва: Вузовский учебник, 2020. - 238 с.- ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=350961>

## 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	
<b>ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</b>		
1,2,3	1,2,3	Иностранный язык
1	1	Русский язык и культура речи
3	3	Адыгейский язык
5	6	Организационное поведение
<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Управление общественными отношениями</b>
4	6	Управление организационными коммуникациями
3	5	Молодежная политика
3	5	Иностранный язык в профессиональной сфере
8	9	Теория и практика межэтнических коммуникаций
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
<b>ПК-9: способностью осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации</b>		
2	2	Психология
6	9	Социальная психология
1	1	Русский язык и культура речи
1	1	Адыгейский язык



1,2	2,3	Теория управления
4	5	Социология управления
<b>6</b>	<b>6</b>	<b><i>Управление общественными отношениями</i></b>
4	6	Управление организационными коммуникациями
1,2,3, 4,5,6	5,6	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
7	7	Управление рынком труда и занятостью
3	5	Иностранный язык в профессиональной сфере
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
<b>ПК-11: владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</b>		
7	7	Государственная и муниципальная служба
<b>6</b>	<b>6</b>	<b><i>Управление общественными отношениями</i></b>
6	8	Деятельность органов государственной власти и местного самоуправления в сфере противодействия терроризму в Российской Федерации
6	8	Научно-исследовательская работа
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	
<b>ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</b>					
<b>Знать:</b> 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
<b>Уметь:</b> 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	
<b>Владеть:</b> 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	
<b>ПК-9: способностью осуществлять межличностные, групповые и организационные коммуникации</b>					
<b>Знать:</b> основные теории и концепции	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но	Сформированные	Контрольная

взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.	ния		содержащие отдельные пробелы знания	систематические знания	работа, реферат, тест, экзамен
<b>Уметь:</b> 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	
<b>Владеть:</b> 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	
<b>ПК-11: владением основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения</b>					
<b>Знать:</b> 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
<b>Уметь:</b> объяснять сущность и основные направления деятельности органов государственной и муниципальной	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

<p>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><b>Владеть:</b> 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) геронтократия;
  - 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 са-

моуправления.

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 отобрали 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 браковки партии выпускаемых или реализуемых фирмой товаров и т.п.). (Выбрать не менее двух ситуаций. Объем одного текста – 10-15 пред-



ложений).

### **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 овладения 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 осмысления 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 стандартизированных 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 предлагают 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 и прочно 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, 2019. - 343с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/989359>

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, 2019. - 190 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1010808>

### **8.2. Дополнительная литература**

4. Мандель, Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва: Вузовский учебник, 2020. - 238 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=350961>

5. 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>

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](http://www.eLIBRARY.RU) – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12;>

- 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](http://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
	<b>ИТОГО:</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>21</b>	<b>85</b>
10.	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	35,65	8,65
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>56,65</b>	<b>93,65</b>

**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	<p><b>Знать:</b> 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><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> 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 управления общественными отношениями	2/0,06	2/0,06	Общение как социально-психологический механизм взаимодействия. Понятие коммуникации. Виды коммуникации. Особенности	ОК-5 ПК-9	<p><b>Знать:</b> специфику коммуникаций в устной и письменной форме; нормативно-правовые основы обеспечения формирования, организации и деятельности системы органов государственной и му-</p>	Лекция-визуализация



	ми.			политической коммуникации. Модели коммуникаций, используемые в практике PR.		<p>ниципальной власти; основные виды информации и ее источники.</p> <p><b>Уметь:</b> 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.</p> <p><b>Владеть:</b> 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.</p>	
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, организационная.	ПК-9 ПК-11	<p><b>Знать:</b> методику проведения анализа и синтеза; перечень основных административно-управленческих процессов и производственных функций, требующих нестандартного подхода к управлению и совершенствованию.</p> <p><b>Уметь:</b> группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников; обосновать и объяснить инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками аналитической деятельности в сфере государственного и</p>	Проблемные лекции

						муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной 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><b>Знать:</b> базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p><b>Уметь:</b> работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p>	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	<p><b>Знать:</b> специфику анализа профессиональной деятельности; основные информационные технологии, особенности применения информационных технологий в государственном и муниципальном управлении.</p> <p><b>Уметь:</b> применять данные анализа на практике; использовать информационные технологии в исследовательском процессе.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками работы с экономической учебной литературой и периодикой в области анализа и прогнозирования.</p>	Слайд-лекции

						ния 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><b>Знать:</b> базовые тенденции развития экономических и политических процессов в современном мире, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p><b>Уметь:</b> работать с источниками информации, необходимыми для анализа современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономике и глобализации, включая вопросы международной конкуренции.</p> <p><b>Владеть:</b> 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 обществом. Политический маркетинг. Понятие политического рынка.	ПК-9 ПК-11	<p><b>Знать:</b> методику проведения анализа и синтеза; главные теоретические концепции и идеи в области государственной и муниципальной политики.</p> <p><b>Уметь:</b> 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><b>Владеть:</b> навыками аналитической деятельности в сфере государственного и</p>	Лекции-беседы

						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><b>Знать:</b> инструменты экономической политики; закономерности функционирования современной экономики на макро - и микроуровне.</p> <p><b>Уметь:</b> решать типичные задачи по применению инструментов экономической политики.</p> <p><b>Владеть:</b> 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><b>Знать:</b> методику проведения анализа и синтеза.</p> <p><b>Уметь:</b> группировать, сопоставлять, оценивать и обобщать информацию, получаемую из разных источников.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками аналитической деятельности в сфере государственного и муниципального управления; базовыми знаниями основ проведения анализа и синтеза в заданной области исследования.</p>	Слайд-лекции
	<b>Итого</b>	<b>17/0,47</b>	<b>6/0,17</b>				

**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
<b>Итого</b>			<b>34/0,94</b>	<b>8/0,22</b>

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

<b>№ п/п</b>	<b>Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения</b>	<b>Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения</b>	<b>Сроки выполнения</b>	<b>Объем в часах/ трудоемкость в з.е.</b>
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.	Написание реферата	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.	Написание реферата	7 неделя	3/0,08
5.	Межличностные отношения в организации. Роль PR-структур во внутриорганизационных отношениях.	Написание реферата	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
	<b>Итого</b>			<b>21/0,58</b>

### 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 Контрольная работа	6/0,16 3/0,08
3.	Особенности ПР в органах власти. Источники отчуждения населения.	Составление плана-конспекта	10/0,28
4.	Правовые основы деятельности средств массовой информации. PR и СМИ: взаимоотношения и проблемы. Тенденции развития СМИ в современной России.	Контрольная работа	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.	Составление плана-конспекта	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
	<b>Итого</b>		<b>85/2,36</b>

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), 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 издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com>)
2. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
3. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<https://www.book.ru>)
4. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» ([www.znanium.com](http://www.znanium.com)).

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;	Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, ком-	1.Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-



<p>385000, Российская Федерация, Республика 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, Российская Федерация, 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>пьютерный класс <i>на 15 посадочных мест</i>, оснащенный компьютерами <i>Pentium</i> с выходом в Интернет</p>	<p>0018439-01;</p> <p>свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»;</li> <li>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</li> <li>3. Офисный пакет «WPS office»;</li> <li>4. Программа для работы с архивами «7zip»;</li> <li>5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;</li> <li>6. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Срок лицензии 07.02.2020</li> </ol>
<p>Помещения для самостоятельной работы</p>		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы: Компьютерный класс: 385000, Российская Федерация, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского д. 30, каб.23</p> <p>Читальный зал: 385000, Российская Федерация, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, д. 191, 3 этаж.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс <i>на 15 посадочных мест</i>, оснащенный компьютерами <i>Pentium</i> с выходом в Интернет</p>	<p>1 Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01;</p> <p>свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»;</li> <li>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</li> <li>3. Офисный пакет «WPS office»;</li> <li>4. Программа для работы с архивами «7zip»;</li> <li>5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;</li> <li>6. Kaspersky Anti-virus 6/0 № лицензии 26FE-000451-5729CF81 Срок лицензии 07.02.2020</li> </ol>



**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.)