

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ"**

Рег. № 000003137



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и воспитательной работе

С.Л. Воробьева

Кафедра менеджмента и права

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Наименование дисциплины (модуля): Связи с общественностью

Уровень образования: Магистратура

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Управление комплексным социально-экономическим развитием сельских территорий

Очная, заочная, очно-заочная

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (приказ № 1000 от 13.08.2020 г.)

Разработчики:

Абашева О. В., кандидат экономических наук, доцент

Программа рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 01 от 30.08.2021 года

## 1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - Является получение студентами базовых представлений о видах, сред-ствах, формах и методах коммуникаций в рыночной среде, роли связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике

Задачи дисциплины:

- Знать этапы истории зарождения, становления и развития СО как профессии, науки и отрасли бизнеса;
- использовать принципы построения организационных структур и распределения функций управления;
- владеть принципами организации работы отделов интегрированных коммуникаций.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к базовой части учебного плана.

Дисциплина изучается на 2 курсе, в 3 семестре.

Изучению дисциплины «Связи с общественностью» предшествует освоение дисциплин (практик):

Самоменеджмент;

История и методология экономической науки;

Компьютерные технологии в управлении социально-экономическими системами.

Освоение дисциплины «Связи с общественностью» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Теория организации и организационное поведение;

Управление социальной сферой сельских территорий.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

**- ОПК-1 Способен обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти;**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает нормы служебной этики и признаки коррупционного поведения, а также меры по обеспечению должного служебного поведения и антикоррупционной направленности в деятельности органа власти

Студент должен уметь:

Умеет обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками и мерами по обеспечению соблюдения норм служебной этики и антикоррупционной направленности в деятельности органа власти

**- ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает современные принципы, практику, методы и технологии организации внутренних и межведомственных коммуникаций, взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Студент должен уметь:

Умеет организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками, методами и современными технологиями организации внутренних и межведомственных коммуникаций, взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации

**- УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами

Студент должен уметь:

Умеет координировать и направлять деятельность участников команды на достижение поставленной цели

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками постановки цели в условиях командой работы и способами управления командной работой в решении поставленных задач

**- УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии, в том числе цифровые, на русском и иностранном языках; существующие профессиональные сообщества для профессионального взаимодействия

Студент должен уметь:

Умеет устанавливать и развивать профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, в том числе на иностранном языке с использованием различных цифровых платформ, для академического и профессионального взаимодействия

Студент должен владеть навыками:

Владеет навыками аргументированно и конструктивно отстаивать свои позиции и идеи в профессиональных дискуссиях на русском и/или иностранном языке, в том числе в цифровой среде

**- УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия**

Знания, умения, навыки, формируемые по компетенции в рамках дисциплины, и индикаторы освоения компетенций

Студент должен знать:

Знает закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур; нормы поведения при использовании цифровых технологий и взаимодействии в цифровой среде

Студент должен уметь:

Умеет понимать и толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества; осуществлять межкультурное взаимодействия с использованием цифровых технологий и норм поведения в цифровой среде

Студент должен владеть навыками:

Владеет способами эффективного межкультурного взаимодействия, анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации, в том числе с использованием цифровых средств и технологий

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы (очная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Третий семестр
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
Лекционные занятия	6	6
Практические занятия	16	16
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>86</b>	<b>86</b>
<b>Виды промежуточной аттестации</b>		
Зачет		+
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Общая трудоемкость зачетные единицы</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

#### Объем дисциплины и виды учебной работы (заочная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Пятый триместр
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
Практические занятия	16	16
Лекционные занятия	6	6
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>86</b>	<b>86</b>
<b>Виды промежуточной аттестации</b>		
Зачет		+
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Общая трудоемкость зачетные единицы</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

#### Объем дисциплины и виды учебной работы (очно-заочная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Третий семестр
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
Практические занятия	16	16
Лекционные занятия	6	6
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>86</b>	<b>86</b>
<b>Виды промежуточной аттестации</b>		

Зачет		+
<b>Общая трудоемкость часы</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Общая трудоемкость зачетные единицы</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. Содержание дисциплины

### Тематическое планирование (очное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	<b>Третий семестр, Всего</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>16</b>		<b>86</b>
<b>Раздел 1</b>	<b>Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз)</b>	<b>42,5</b>	<b>2,5</b>	<b>6</b>		<b>34</b>
Тема 1	Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR). Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия паблик рилейшнз как особой	8,5	0,5	1		7
Тема 2	Методология изучения паблик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 3	Место паблик рилейшнз в системе социологического знания.	8,5	0,5	2		6
Тема 4	Воздействие как функция PR-коммуникации.	8,5	0,5	1		7
Тема 5	Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз	8,5	0,5	1		7
<b>Раздел 2</b>	<b>PR-коммуникации как социокультурный механизм взаимодействия между жизненной средой и речевым поведением человека</b>	<b>25,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>		<b>19</b>
Тема 6	Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.	8,5	0,5	2		6
Тема 7	Паблик рилейшнз и имиджелогия.	8,5	0,5	2		6
Тема 8	PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.	8,5	0,5	1		7
<b>Раздел 3</b>	<b>Паблик рилейшнз в системе социального управления.</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>5</b>		<b>33</b>
Тема 9	Взаимодействие паблик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.	8,5	0,5	1		7
Тема 10	PR-коммуникации как средство управления кризисами.	8,5	0,5	1		7
Тема 11	Информационное общество и паблик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 12	Теоретические и практические основания институционализации паблик рилейшнз как системы управления.	7,3	0,3	1		6

Тема 13	Этнокультурные и со-циолингвистические основания пуб-лик рилейшнз.	7,2	0,2	1	6
---------	--	-----	-----	---	---

### Содержание дисциплины (очное обучение)

Номер темы	Содержание темы
Тема 1	Предметом социологии публик рилейшнз является коммуникативное действие людей, понимаемое как форма их социального поведения в определенных социальных условиях, коммуникативных контекстах и с точно заданными целями. Тематическое пространство публик рилейшнз - целенаправленная коммуникативная деятельность с целью создания и поддержания благоприятного климата и фона доброжелательности, способствующих формированию материальных и духовных потребностей людей и защите социальных ценностей.
Тема 2	Когнитивный и прагматический подходы. Пиарология как самостоятельная научная дисциплина в системе социологии коммуникации. Определение ее научного и практического назначения. Она занимается, с одной стороны, изучением организации коммуникационного пространства в современном обществе с учетом поставленных целей, с другой - изучением системы PR - коммуникаций как социокультурного механизма взаимодействия социального субъекта с жизненной средой.
Тема 3	Основы социологии, социопсихологии, социолингвистики, этнокультурологии, семиотики, социальной коммуникации и менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публик рилейшнз. Базовые категории публик рилейшнз. Понятия «общение», «речь», «коммуникация». Структура общения. Три стороны общения - перцептивная, коммуникативная, интерактивная.
Тема 4	Способы и средства воздействия на формирование мнения на индивидуальном, групповом и массовом уровне. Понятия «убеждение», «внушение», «принуждение», «подражание», «заражение» (вовлечение). Лингвистические и паралингвистические средства воздействия (печатные и устные). Убеждение как способ воздействия. Определение понятия «убеждение». Стратегия убеждения - изменение отношения публики (индивида, группы или массы людей) к объекту (предмету внимания).
Тема 5	Понимание социальных связей как социально обусловленного взаимодействия людей и учреждений с государственными, общественными, коммерческими и другими структурами, направленного на организацию и контроль их деятельности с целью содействия успешному функционированию на благо общества. Безличностный характер социальных связей обусловлен их сущностью - взаимодействием не конкретных людей, а конкретных социальных ролей (они являются необходимыми видами социальной деятельности и способом поведения личности и людей). Управление связями представляет собой форму взаимодействия в соответствии с нормами и традициями государственного и общественного устройства.

Тема 6	<p>Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка, мотив (намерение).</p> <p>Стили речевого поведения - вербальный, невербальный, ритуальный, манипулятивный, гуманистический. Ритуальная речь, провокационная речь, императивная речь.</p>
Тема 7	<p>Понятие имиджологии как науки создания и восприятия некоего желаемого образа (личности, товара, или организации). Имеджмейкинг - управление имиджем (методы, способы и средства  создания имиджа). Имидж как инструмент общения и воздействия на массовое или групповое сознание. Каналы получения информации - визуальный, вербальный и аудиторный. Значение внешности, одежды, стиля поведения (на работе и дома), мировоззрения, характера, моральных принципов, опыта, убеждений.</p>
Тема 8	<p>Понятие менеджмента. Социальные факторы, обуславливающие эффективность менеджмента. Моделирование ситуаций и разработка принципов принятия решений. Стратегия и тактика в сфере менеджмента. Этические нормы в менеджменте. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую</p>
Тема 9	<p>Связи с общественностью (PR) как социально-обусловленная коммуникативная деятельность в системе управленческой коммуникации. Понимание связей с общественностью как механизма управления социальными связями и общественными отношениями.</p> <p>Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью: 1. функция соответствия общественным интересам (приспособление своего поведения к требованиям окружающей среды); 2. функция управления (оказание влияния на политику организации).</p>
Тема 10	<p>Понятие кризис. Типы кризисов. Кризисная ситуация характеризуется: нарушением привычных норм поступления информационных потоков, дефицитом информации, недоверием к источникам информации, ограниченностью доступа к ней, возникновением слухов, психологическим напряжением - страх, угроза паники.</p> <p>Динамичность в развитии кризисной ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса.</p>
Тема 11	<p>Появление информационного общества как исторической закономерности. Интерпретация информации как ценности, капитала, авторитета и власти. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство.</p> <p>Особенности коммуникационно-информационных процессов в общественной деятельности в условиях глобализации и ускоренного изменения функций СМИ.</p> <p>Интенсивность воздействия на массовое сознание средствами коммуникативных PR-технологий.</p>
Тема 12	<p>Теоретические основы включения PR в систему социального управления и обоснования PR как социального института.</p> <p>Характер структуры и функции PR-институционального типа.</p> <p>Взаимодействие PR с другими социальными институтами (на основе актуализации общественных связей). Особенность PR как механизма управления - его способность выступать как в функции стабилизации общества, так и в функции дестабилизации общественно значимых устоев, порядка, связей и отношений, ведущих к конфликтным ситуациям и развалу общественного строя.</p>

Тема 13	<p>Понимание культуры О.Шпенглером, М.Бахтиным, В.Библером. Культура как способ духовного освоения окружающего мира и его материального преобразования.</p> <p>Обусловленность представления образа мира разными этносами культурными стереотипами. Этнические стереотипы речевого поведения (на примере противопоставления западной и восточной культур).</p> <p>Межкультурные связи и отношения. Кросскультурная коммуникация.</p> <p>Компоненты культуры - национальной и общечеловеческой.</p>
---------	--

### Тематическое планирование (заочное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	<b>Всего</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>16</b>		<b>86</b>
<b>Раздел 1</b>	<b>Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз)</b>	<b>42,5</b>	<b>2,5</b>	<b>6</b>		<b>34</b>
Тема 1	Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR). Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия паблик рилейшнз как особой	8,5	0,5	1		7
Тема 2	Методология изучения паблик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 3	Место паблик рилейшнз в системе социологического знания.	8,5	0,5	2		6
Тема 4	Воздействие как функция PR-коммуникации.	8,5	0,5	1		7
Тема 5	Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз	8,5	0,5	1		7
<b>Раздел 2</b>	<b>PR-коммуникации как социокультурный механизм взаи-мосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека</b>	<b>25,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>		<b>19</b>
Тема 6	Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.	8,5	0,5	2		6
Тема 7	Паблик рилейшнз и имиджелогия.	8,5	0,5	2		6
Тема 8	PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.	8,5	0,5	1		7
<b>Раздел 3</b>	<b>Паблик рилейшнз в системе социального управления.</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>5</b>		<b>33</b>
Тема 9	Взаимодействие паблик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.	8,5	0,5	1		7
Тема 10	PR-коммуникации как средство управления кризисами.	8,5	0,5	1		7
Тема 11	Информационное общество и паблик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7



Тема 12	Теоретические и практические основания институционализации публичных рилейшнз как системы управления.	7,3	0,3	1	6
Тема 13	Этнокультурные и социолингвистические основания публичных рилейшнз.	7,2	0,2	1	6

### Содержание дисциплины (заочное обучение)

Номер темы	Содержание темы
Тема 1	Предметом социологии публичных рилейшнз является коммуникативное действие людей, понимаемое как форма их социального поведения в определенных социальных условиях, коммуникативных контекстах и с точно заданными целями. Тематическое пространство публичных рилейшнз - целенаправленная коммуникативная деятельность с целью создания и поддержания благоприятного климата и фона доброжелательности, способствующих формированию материальных и духовных потребностей людей и защите социальных ценностей.
Тема 2	Когнитивный и прагматический подходы. Пиарология как самостоятельная научная дисциплина в системе социологии коммуникации. Определение ее научного и практического назначения. Она занимается, с одной стороны, изучением организации коммуникационного пространства в современном обществе с учетом поставленных целей, с другой - изучением системы PR - коммуникаций как социокультурного механизма взаимодействия социального субъекта с жизненной средой.
Тема 3	Основы социологии, социопсихологии, социолингвистики, этнокультурологии, семиотики, социальной коммуникации и менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публичных рилейшнз. Базовые категории публичных рилейшнз. Понятия «общение», «речь», «коммуникация». Структура общения. Три стороны общения - перцептивная, коммуникативная, интерактивная.
Тема 4	Способы и средства воздействия на формирование мнения на индивидуальном, групповом и массовом уровне. Понятия «убеждение», «внушение», «принуждение», «подражание», «заражение» (вовлечение). Лингвистические и паралингвистические средства воздействия (печатные и устные). Убеждение как способ воздействия. Определение понятия «убеждение». Стратегия убеждения - изменение отношения публики (индивида, группы или массы людей) к объекту (предмету внимания).
Тема 5	Понимание социальных связей как социально обусловленного взаимодействия людей и учреждений с государственными, общественными, коммерческими и другими структурами, направленного на организацию и контроль их деятельности с целью содействия успешному функционированию на благо общества. Безличностный характер социальных связей обусловлен их сущностью - взаимодействием не конкретных людей, а конкретных социальных ролей (они являются необходимыми видами социальной деятельности и способом поведения личности и людей). Управление связями представляет собой форму взаимодействия в соответствии с нормами и традициями государственного и общественного устройства.

Тема 6	<p>Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка, мотив (намерение).</p> <p>Стили речевого поведения - вербальный, невербальный, ритуальный, манипулятивный, гуманистический. Ритуальная речь, провокационная речь, императивная речь.</p>
Тема 7	<p>Понятие имиджологии как науки создания и восприятия некоего желаемого образа (личности, товара, или организации). Имеджмейкинг - управление имиджем (методы, способы и средства  создания имиджа). Имидж как инструмент общения и воздействия на массовое или групповое сознание. Каналы получения информации - визуальный, вербальный и аудиторный. Значение внешности, одежды, стиля поведения (на работе и дома), мировоззрения, характера, моральных принципов, опыта, убеждений.</p>
Тема 8	<p>Понятие менеджмента. Социальные факторы, обуславливающие эффективность менеджмента. Моделирование ситуаций и разработка принципов принятия решений. Стратегия и тактика в сфере менеджмента. Этические нормы в менеджменте. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую</p>
Тема 9	<p>Связи с общественностью (PR) как социально-обусловленная коммуникативная деятельность в системе управленческой коммуникации. Понимание связей с общественностью как механизма управления социальными связями и общественными отношениями.</p> <p>Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью: 1. функция соответствия общественным интересам (приспособление своего поведения к требованиям окружающей среды); 2. функция управления (оказание влияния на политику организации).</p>
Тема 10	<p>Понятие кризис. Типы кризисов. Кризисная ситуация характеризуется: нарушением привычных норм поступления информационных потоков, дефицитом информации, недоверием к источникам информации, ограниченностью доступа к ней, возникновением слухов, психологическим напряжением - страх, угроза паники.</p> <p>Динамичность в развитии кризисной ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса.</p>
Тема 11	<p>Появление информационного общества как исторической закономерности. Интерпретация информации как ценности, капитала, авторитета и власти. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство.</p> <p>Особенности коммуникационно-информационных процессов в общественной деятельности в условиях глобализации и ускоренного изменения функций СМИ.</p> <p>Интенсивность воздействия на массовое сознание средствами коммуникативных PR-технологий.</p>
Тема 12	<p>Теоретические основы включения PR в систему социального управления и обоснования PR как социального института.</p> <p>Характер структуры и функции PR-институционального типа.</p> <p>Взаимодействие PR с другими социальными институтами (на основе актуализации общественных связей). Особенность PR как механизма управления - его способность выступать как в функции стабилизации общества, так и в функции дестабилизации общественно значимых устоев, порядка, связей и отношений, ведущих к конфликтным ситуациям и развалу общественного строя.</p>

Тема 13	<p>Понимание культуры О.Шпенглером, М.Бахтиным, В.Библером. Культура как способ духовного освоения окружающего мира и его материального преобразования.</p> <p>Обусловленность представления образа мира разными этносами культурными стереотипами. Этнические стереотипы речевого поведения (на примере противопоставления западной и восточной культур).</p> <p>Межкультурные связи и отношения. Кросскультурная коммуникация.</p> <p>Компоненты культуры - национальной и общечеловеческой.</p>
---------	--

### Тематическое планирование (очно-заочное обучение)

Номер темы/раздела	Наименование темы/раздела	Всего часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
	<b>Всего</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>16</b>		<b>86</b>
<b>Раздел 1</b>	<b>Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз)</b>	<b>42,5</b>	<b>2,5</b>	<b>6</b>		<b>34</b>
Тема 1	Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR). Основные цели и задачи. Объект и предмет изучения. Определение понятия паблик рилейшнз как особой	8,5	0,5	1		7
Тема 2	Методология изучения паблик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7
Тема 3	Место паблик рилейшнз в системе социологического знания.	8,5	0,5	2		6
Тема 4	Воздействие как функция PR-коммуникации.	8,5	0,5	1		7
Тема 5	Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз	8,5	0,5	1		7
<b>Раздел 2</b>	<b>PR-коммуникации как социокультурный механизм связи между жизненной средой и речевым поведением человека</b>	<b>25,5</b>	<b>1,5</b>	<b>5</b>		<b>19</b>
Тема 6	Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности.	8,5	0,5	2		6
Тема 7	Паблик рилейшнз и имиджелогия.	8,5	0,5	2		6
Тема 8	PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга.	8,5	0,5	1		7
<b>Раздел 3</b>	<b>Паблик рилейшнз в системе социального управления.</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>5</b>		<b>33</b>
Тема 9	Взаимодействие паблик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.	8,5	0,5	1		7
Тема 10	PR-коммуникации как средство управления кризисами.	8,5	0,5	1		7
Тема 11	Информационное общество и паблик рилейшнз.	8,5	0,5	1		7

Тема 12	Теоретические и практические основания институционализации публичных рилейшнз как системы управления.	7,3	0,3	1	6
Тема 13	Этнокультурные и социолингвистические основания публичных рилейшнз.	7,2	0,2	1	6

### Содержание дисциплины (очно-заочное обучение)

Номер темы	Содержание темы
Тема 1	Предметом социологии публичных рилейшнз является коммуникативное действие людей, понимаемое как форма их социального поведения в определенных социальных условиях, коммуникативных контекстах и с точно заданными целями. Тематическое пространство публичных рилейшнз - целенаправленная коммуникативная деятельность с целью создания и поддержания благоприятного климата и фона доброжелательности, способствующих формированию материальных и духовных потребностей людей и защите социальных ценностей.
Тема 2	Когнитивный и прагматический подходы. Пиарология как самостоятельная научная дисциплина в системе социологии коммуникации. Определение ее научного и практического назначения. Она занимается, с одной стороны, изучением организации коммуникационного пространства в современном обществе с учетом поставленных целей, с другой - изучением системы PR - коммуникаций как социокультурного механизма взаимодействия социального субъекта с жизненной средой.
Тема 3	Основы социологии, социопсихологии, социолингвистики, этнокультурологии, семиотики, социальной коммуникации и менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий публичных рилейшнз. Базовые категории публичных рилейшнз. Понятия «общение», «речь», «коммуникация». Структура общения. Три стороны общения - перцептивная, коммуникативная, интерактивная.
Тема 4	Способы и средства воздействия на формирование мнения на индивидуальном, групповом и массовом уровне. Понятия «убеждение», «внушение», «принуждение», «подражание», «заражение» (вовлечение). Лингвистические и паралингвистические средства воздействия (печатные и устные). Убеждение как способ воздействия. Определение понятия «убеждение». Стратегия убеждения - изменение отношения публики (индивида, группы или массы людей) к объекту (предмету внимания).
Тема 5	Понимание социальных связей как социально обусловленного взаимодействия людей и учреждений с государственными, общественными, коммерческими и другими структурами, направленного на организацию и контроль их деятельности с целью содействия успешному функционированию на благо общества. Безличностный характер социальных связей обусловлен их сущностью - взаимодействием не конкретных людей, а конкретных социальных ролей (они являются необходимыми видами социальной деятельности и способом поведения личности и людей). Управление связями представляет собой форму взаимодействия в соответствии с нормами и традициями государственного и общественного устройства.

Тема 6	<p>Факторы, обуславливающие речевое поведение и взаимопонимание коммуникантов: коммуникативная компетентность, социальная ситуация, социальные роли, коммуникативный контекст, этнокультурные особенности, коммуникативная установка, мотив (намерение).</p> <p>Стили речевого поведения - вербальный, невербальный, ритуальный, манипулятивный, гуманистический. Ритуальная речь, провокационная речь, императивная речь.</p>
Тема 7	<p>Понятие имиджологии как науки создания и восприятия некоего желаемого образа (личности, товара, или организации). Имеджмейкинг - управление имиджем (методы, способы и средства создания имиджа). Имидж как инструмент общения и воздействия на массовое или групповое сознание. Каналы получения информации - визуальный, вербальный и аудиторный. Значение внешности, одежды, стиля поведения (на работе и дома), мировоззрения, характера, моральных принципов, опыта, убеждений.</p>
Тема 8	<p>Понятие менеджмента. Социальные факторы, обуславливающие эффективность менеджмента. Моделирование ситуаций и разработка принципов принятия решений. Стратегия и тактика в сфере менеджмента. Этические нормы в менеджменте. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую</p>
Тема 9	<p>Связи с общественностью (PR) как социально-обусловленная коммуникативная деятельность в системе управленческой коммуникации. Понимание связей с общественностью как механизма управления социальными связями и общественными отношениями.</p> <p>Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью: 1. функция соответствия общественным интересам (приспособление своего поведения к требованиям окружающей среды); 2. функция управления (оказание влияния на политику организации).</p>
Тема 10	<p>Понятие кризис. Типы кризисов. Кризисная ситуация характеризуется: нарушением привычных норм поступления информационных потоков, дефицитом информации, недоверием к источникам информации, ограниченностью доступа к ней, возникновением слухов, психологическим напряжением - страх, угроза паники.</p> <p>Динамичность в развитии кризисной ситуации обуславливает динамический характер PR-деятельности в менеджменте кризиса.</p>
Тема 11	<p>Появление информационного общества как исторической закономерности. Интерпретация информации как ценности, капитала, авторитета и власти. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство.</p> <p>Особенности коммуникационно-информационных процессов в общественной деятельности в условиях глобализации и ускоренного изменения функций СМИ.</p> <p>Интенсивность воздействия на массовое сознание средствами коммуникативных PR-технологий.</p>
Тема 12	<p>Теоретические основы включения PR в систему социального управления и обоснования PR как социального института.</p> <p>Характер структуры и функции PR-институционального типа.</p> <p>Взаимодействие PR с другими социальными институтами (на основе актуализации общественных связей). Особенность PR как механизма управления - его способность выступать как в функции стабилизации общества, так и в функции дестабилизации общественно значимых устоев, порядка, связей и отношений, ведущих к конфликтным ситуациям и развалу общественного строя.</p>

Тема 13	Понимание культуры О.Шпенглером, М.Бахтиным, В.Библером. Культура как способ духовного освоения окружающего мира и его материального преобразования. Обусловленность представления образа мира разными этносами культурными стереотипами. Этнические стереотипы речевого поведения (на примере противопоставления западной и восточной культур). Межкультурные связи и отношения. Кросскультурная коммуникация. Компоненты культуры - национальной и общечеловеческой.
---------	---

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

### **Литература для самостоятельной работы студентов**

1. Данилина В. В., Луканина М. В., Минаева Л. В., Салиева Л. К., Филимонов А. Е. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) «Связи с общественностью», ред. Минаева Л. В. - Издание 2-е изд., доп. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/230394>

2. Лебедева Е. В. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: методические указания : [для студентов обучающихся по направлению 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление"], - Кинель: РИО СГСХА, 2017. - 30 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/638185/info>

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы (очная форма обучения)**

#### **Третий семестр (86 ч.)**

Вид СРС: Доклад, сообщение (подготовка) (56 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической,

учебно-исследовательской или научной темы.

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (30 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы (заочная форма обучения)**

#### **Всего часов самостоятельной работы (86 ч.)**

Вид СРС: Доклад, сообщение (подготовка) (56 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (30 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы (очно-заочная форма обучения)**

#### **Всего часов самостоятельной работы (86 ч.)**

Вид СРС: Доклад, сообщение (подготовка) (56 ч.)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Вид СРС: Выполнение индивидуального задания (30 ч.)

Выполнение индивидуального задания предусматривает описание и расчет необходимого комплекса мероприятий по заданию преподавателя.

### 7. Тематика курсовых работ(проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

## 8. Фонд оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

### 8.1. Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Разделы дисциплины
ОПК-1 ОПК-8	2 курс, Третий семестр	Зачет	Раздел 1: Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз).
УК-3 УК-4	2 курс, Третий семестр	Зачет	Раздел 2: PR-коммуникации как социокультурный механизм взаи-мосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека.
УК-5	2 курс, Третий семестр	Зачет	Раздел 3: Паблик рилейшнз в системе социального управления..

### 8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень:

Базовый уровень:

Пороговый уровень:

Уровень ниже порогового:

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации	
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет
Повышенный	5 (отлично)	зачтено
Базовый	4 (хорошо)	зачтено
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	не зачтено

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

### 8.3. Типовые вопросы, задания текущего контроля

Раздел 1: Введение в дисциплину «Связи с общественностью» (паблик ри-лейшнз)

ОПК-1 Способен обеспечивать соблюдение норм служебной этики и антикоррупционную направленность в деятельности органа власти;

1. 1. Введение в социологию связей с общественностью (паблик рилейшнз): объект и предмет исследования феномена паблик ри-лейшнз.

2. Паблисити, пресса и консультирование как составляющие PR.

3. Базовые категории паблик рилейшнз: социальные связи и общественные отношения. Типы общественных отношений.

4. Общественность: целевая, внутренняя, внешняя; общественные группы.

5. Общественное мнение. Способы воздействия на формирование общественного сознания

ОПК-8 Способен организовывать внутренние и межведомственные коммуникации, взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

1. Убеждение как способ воздействия. Факторы, способствующие коммуникации убеждения.

2. Манипуляция как способ введения в заблуждение. Технологии манипулирования массовым сознанием.

3. Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности. Стили речевого поведения. Речевые стереотипы

4. Имиджелогия. Имиджмейкинг. Технологии создания имиджа

5. Имидж как единица общения на массовом уровне

Раздел 2: PR-коммуникации как социокультурный механизм взаимосвязи между жизненной средой и речевым поведением человека

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

1. Имидж организации. Особенности корпоративного имиджа. Роль общественности в формировании имиджа организации

2. Типология целевой аудитории по Дэвиду Ризману

3. Модели визуальной коммуникации - М.Маклюэна и Ю. Лотмана.

4. Понятие менеджмента. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую аудиторию.

5. Маркетинговая компания. Модели маркетинговой коммуникации.

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

1. Взаимодействие паблик рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.

2. Интерактивная концепция Харвуда Л. Чайлдса о базовых функциях связей с общественностью

3. Внутригрупповая PR-коммуникация как инструмент управления персоналом в фирме

4. Общественная деятельность (PublicAffairs) как составляющая паблик рилейшнз.

5. Паблик рилейшнз и маркетинг как управленческие коммуникации.



Раздел 3: Паблик рилейшнз в системе социального управления.

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

1. Паблик рилейшнз и реклама. Функции, цели и задачи
2. Паблик рилейшнз и управление проблемами (Issues Management). Определения. Различия и взаимодействие.
3. Лоббирование как особая часть паблик рилейшнз. Массовое лоббирование.
4. PR-коммуникации как средства управления кризисами. Методы, способы и технологии
5. Роль СМИ во взаимодействии с паблик рилейшнз в период кризисных ситуаций.
6. Психологические войны: стратегии, тактики и технологии используемые в PR-акциях
7. Теоретические и практические основания институализации паблик рилейшнз как элемента системы социального управления.
8. Взаимодействие паблик рилейшнз с другими социальными институтами
9. Периодизация становления паблик рилейшнз как социального института на примере России.
10. Информационное общество и паблик рилейшнз. Специфика вхождения российского общества в единое мировое пространство.

#### **8.4. Вопросы промежуточной аттестации**

**Третий семестр (Зачет, ОПК-1, ОПК-8, УК-3, УК-4, УК-5)**

1. Введение в социологию связей с общественностью (паблик рилейшнз): объект и предмет исследования феномена паблик рилейшнз.
2. Паблисити, пресса и консультирование как составляющие PR.
3. Базовые категории паблик рилейшнз: социальные связи и общественные отношения. Типы общественных отношений.
4. Общественность: целевая, внутренняя, внешняя; общественные группы.
5. Общественное мнение. Способы воздействия на формирование общественного сознания.
6. Убеждение как способ воздействия. Факторы, способствующие коммуникации убеждения.
7. Манипуляция как способ введения в заблуждение. Технологии манипулирования массовым сознанием
8. Речевое поведение в различных сферах PR-деятельности. Стили речевого поведения. Речевые стереотипы
9. Имиджелогия. Имиджмейкинг. Технологии создания имиджа.
10. Имидж как единица общения на массовом уровне

11. Имидж организации. Особенности корпоративного имиджа. Роль общественности в формировании имиджа организации.
12. Типология целевой аудитории по Дэвиду Ризману.
13. Модели визуальной коммуникации - М.Маклюэна и Ю. Лотмана.
14. Понятие менеджмента. Высокие и низкие технологии как средства воздействия на целевую аудиторию.
15. Маркетинговая компания. Модели маркетинговой коммуникации.
16. Взаимодействие публич рилейшнз с другими видами управленческой деятельности.
17. Маркетинговая компания. Модели маркетинговой коммуникации.
18. Внутригрупповая PR-коммуникация как инструмент управления персоналом в фирме.
19. Общественная деятельность (PublicAffairs) как составляющая публич рилейшнз.
20. Публич рилейшнз и маркетинг как управленческие коммуникации.
21. Публич рилейшнз и реклама. Функции, цели и задачи
22. Публич рилейшнз и управление проблемами (Issues Management). Определения. Различия и взаимодействие.
23. Лоббирование как особая часть публич рилейшнз. Массовое лоббирование.
24. PR-коммуникации как средства управления кризисами. Методы, способы и технологии.
25. Роль СМИ во взаимодействии с публич рилейшнз в период кризисных ситуаций.

**8.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**9. Перечень учебной литературы**

1. Данилина В. В., Луканина М. В., Минаева Л. В., Салиева Л. К., Филимонов А. Е. Связи с общественностью. Составление документов: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) «Связи с общественностью», ред. Минаева Л. В. - Издание 2-е изд., доп. и перераб. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/230394>

2. Лебедева Е. В. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: методические указания : [для студентов обучающихся по направлению 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление"], - Кинель: РИО СГСХА, 2017. - 30 с. - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/638185/info>

#### 10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

1. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека E-library
2. <http://mcx.ru/> - Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
3. <http://www.consultant.ru/> - Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

#### 11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

Перед изучением дисциплины студенту необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, изучить перечень рекомендуемой литературы, приведенной в рабочей программе дисциплины. Для эффективного освоения дисциплины рекомендуется посещать все виды занятий в соответствии с расписанием и выполнять все домашние задания в установленные преподавателем сроки. В случае пропуска занятий по уважительным причинам, необходимо получить у преподавателя индивидуальное задание по пропущенной теме. Полученные знания и умения в процессе освоения дисциплины студенту рекомендуется применять для решения задач, не обязательно связанных с программой дисциплины. Владение компетенциями дисциплины в полной мере будет подтверждаться Вашим умением ставить конкретные задачи, выявлять существующие проблемы, решать их и принимать на основе полученных результатов оптимальные решения. Основными видами учебных занятий для студентов по учебной дисциплине являются: занятия лекционного типа, занятия семинарского типа и

самостоятельная работа студентов.

Формы работы	Методические указания для обучающихся
Лекционные занятия	<p>Работа на лекции является очень важным видом деятельности для изучения дисциплины, т.к. на лекции происходит не только сообщение новых знаний, но и систематизация и обобщение накопленных знаний, формирование на их основе идейных взглядов, убеждений, мировоззрения, развитие познавательных и профессиональных интересов.</p> <p>Краткие записи лекций (конспектирование) помогает усвоить материал. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, нетбук и т.п.).</p> <p>Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. По результатам работы с конспектом лекции следует обозначить вопросы, термины, материал, который вызывают трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии семинарского типа.</p>

	Лекционный материал является базовым, с которого необходимо начать освоение соответствующего раздела или темы.
Лабораторные занятия	<p>При подготовке к занятиям и выполнении заданий студентам следует использовать литературу из рекомендованного списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.</p> <p>Перед каждым занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.</p> <p>Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проработать конспект лекций;</li> <li>- проанализировать литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);</li> <li>- изучить решения типовых задач (при наличии);</li> <li>- решить заданные домашние задания;</li> <li>- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.</li> </ul> <p>В конце каждого занятия типа студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии семинарского типа или на индивидуальные консультации.</p>
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.</p> <p>Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, рекомендуемой литературы; подготовку к занятиям семинарского типа в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время занятий.</p> <p>Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на занятиях лекционного типа, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на занятиях семинарского типа, контроль знаний студентов.</p> <p>Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.</p> <p>Помимо самостоятельного изучения материалов по темам к самостоятельной работе обучающихся относится подготовка к практическим занятиям, по результатам которой представляется отчет преподавателю и проходит собеседование.</p> <p>При самостоятельной подготовке к практическому занятию обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организует свою деятельность в соответствии с методическим руководством по выполнению практических работ;</li> <li>- изучает информационные материалы;</li> <li>- подготавливает и оформляет материалы практических работ в соответствии с требованиями.</li> </ul>

	В результате выполнения видов самостоятельной работы происходит формирование компетенций, указанных в рабочей программы дисциплины (модуля).
Практические занятия	<p>Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Ими могут быть: выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), занятия-конкурсы и т.д. При устном выступлении по контрольным вопросам семинарского занятия студент должен излагать (не читать) материал выступления свободно. Необходимо концентрировать свое внимание на том, что выступление должно быть обращено к аудитории, а не к преподавателю, т.к. это значимый аспект формируемых компетенций.</p> <p>По окончании семинарского занятия обучающемуся следует повторить выводы, полученные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для этого обучающемуся в течение семинара следует делать пометки. Более того, в случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала обучающемуся следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p> <p>При подготовке к занятиям студентам следует использовать литературу из рекомендованного списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.</p> <p>Перед каждым занятием студент изучает план занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на занятие материалу.</p> <p>Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к занятию и выполнению домашних заданий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проработать конспект лекций;</li> <li>- проанализировать литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);</li> <li>- изучить решения типовых задач (при наличии);</li> <li>- решить заданные домашние задания;</li> <li>- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.</li> </ul> <p>В конце каждого занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на занятии или на индивидуальные консультации.</p>

### **Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а так же в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию обучающегося задания могут выполняться в устной форме.

## **12. Перечень информационных технологий**

Информационные технологии реализации дисциплины включают

### **12.1 Программное обеспечение**

1. Paint. Графический редактор в составе Microsoft Windows. Подписка на 3 года. Договор № 9-БД/19 от 07.02.2019. Последняя доступная версия программы.

### **12.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «Консультант плюс». Соглашение № ИКП2016/ЛСВ 003 от 11.01.2016 для использования в учебных целях бессрочное. Обновляется регулярно. Лицензия на все компьютеры, используемые в учебном процессе.

## **13. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Оснащение аудиторий

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории

2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (практических занятий). Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории
4. Помещение для самостоятельной работы. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
5. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.