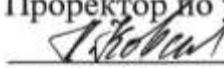


**АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
 А.И. Ковалева  
«22» октября 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«PR В МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ»**

**Б1.В.ДВ.9.1**

**Направление подготовки – 41.03.05 «Международные отношения»**

**Профиль подготовки – «Мировая политика и международный бизнес»**

**Квалификация выпускника – бакалавр**

**Формы обучения – очная, очно-заочная**

Кафедра международных отношений и дипломатии

**Москва 2018**

Рабочая программа дисциплины «PR в международной компании» составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению 41.03.05 «Международные отношения», профилю «Мировая политика и международный бизнес» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

**Автор:** Ю.И.Надточей, кандидат исторических наук, доцент кафедры международных отношений и дипломатии Московского гуманитарного университета

**Эксперты:** Н.Н. Платошкин, доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой международных отношений и дипломатии Московского гуманитарного университета

Д.Д. Пеньковский, доктор исторических наук, профессор, заведующий аспирантурой Национального института бизнеса

#### **ОБСУЖДЕНО**

на заседании кафедры международных отношений и дипломатии «08» октября 2018 г., протокол № 3.

#### **ОДОБРЕНО**

Методической комиссией факультета международных отношений и туризма «11» октября 2018 г., протокол № 2.

## **1. Цели освоения дисциплины**

Цель курса состоит в том, чтобы ознакомить обучающихся с основами связей с общественностью (Public Relations – PR) стратегических коммуникаций в сфере международного бизнеса.

Основа преподавания курса – гибкая образовательная технология, включающая различные формы и методы обучения, средства менеджмента и маркетинга. Обучающийся должен знать основы теории и практики связей с общественностью и уметь применять ее рекомендации по управлению общественным мнением в области профессиональной деятельности в современных международных условиях. Технологическое содержание Public Relations раскрывает специфику успешного функционирования социокультурных институтов в области осуществления коммуникативных событий с целью актуального позиционирования имиджа в сфере профессиональных интересов.

Специфика социально-культурной деятельности предъявляет актуальные требования к квалификации и профессионализму современного международного специалиста в соответствии с поставленными задачами изучения данной дисциплины в рамках социально-личностных, профессиональных и инструментальных компетенций в области Public Relations.

Результаты освоения дисциплины определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с выбранным видом профессиональной деятельности.

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

Дисциплина «PR в международной компании» является дисциплиной по выбору блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки «Международные отношения».

Освоение данной дисциплины является практико-ориентированной задачей, решение которой обеспечивает профессиональную подготовку младшего и вспомогательного персонала международных отделов, департаментов и зарубежных представительств к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-административная,
- проектная,
- исследовательско-аналитическая,
- учебно-организационная.

Междисциплинарность курса согласно обозначенной цели выражается в устойчивой взаимосвязи со следующими дисциплинами: «Основы международного бизнеса» в части изучения сущности и специфики внутренней и внешней коммуникации крупных транснациональных компаний и корпораций, вовлеченных в международное производство товаров и услуг; «История и теория дипломатия» в части ведения переговоров, разрешения конфликтных ситуаций, изучения механизмов ведения политико-пропагандистской деятельности с целью воздействия на иностранную

аудиторию; «Основы международного менеджмента» в части изучения технологии организаторской деятельности международного и специфики организаторской работы с персоналом организации, активом, а также широкой общественностью;

Вышеупомянутые дисциплины выступают основой «входных знаний», необходимых студентам для успешного освоения дисциплины «PR в международной компании».

Интеграция различных областей знания в общей образовательной программе бакалавров-международников формирует в процессе изучения теории и практики связей с общественностью такие социально-личностные компетенции, как: способность самостоятельно приобретать новые знания, учитывая специфику сферы профессиональной деятельности и применяя современные информационные технологии; формирование коммуникативных качеств организатора международной деятельности; способность адаптироваться к изменениям окружающей среды и новым гуманитарным технологиям; умение вести переговоры, работать в команде, руководить людьми и подчиняться; ответственность и организаторские способности менеджера в сфере международных отношений.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) «PR в международной компании», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению подготовки 41.03.05 «Международные отношения»

Процесс изучения дисциплины «PR в международной компании» направлен на формирование следующих компетенций:

способностью работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, собирать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы (ПК-10);

- способностью владеть навыками публичных выступлений, как перед российской, так и зарубежной аудиторией (ПК-11);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

#### **•знать**

значение информационно-коммуникативного взаимодействия в обществе, манипулятивные тенденции, проявляющиеся в работе современных СМИ, различные средства влияния на общественное сознание, о проблемах, связанных с формированием имиджа политического деятеля, организации, основные приемы, способы, области применения PR технологий;

#### **•уметь**

учитывать взаимосвязи комплексных факторов при разработке и осуществлении конкретного плана PR деятельности, применять психологические приемы, использование которых позволяет более эффективно проводить рекламные кампании, презентации и другие PR акции;

#### **•владеть**

навыками проведения самостоятельного исследования по тематике курса.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Очная форма обучения

<i>Вид учебной работы (для очной формы обучения)</i>	<i>Всего часов</i>	<i>Трудоемкость по семестрам</i>
Аудиторные занятия (всего)	60	5 семестр час
Занятия лекционного типа	30	30
Занятия семинарского типа	30	30
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	48	48
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	108	108

Очно-заочная форма обучения

<i>Вид учебной работы (для очно-заочной формы обучения)</i>	<i>Всего часов</i>	<i>Трудоемкость по семестрам</i>
Аудиторные занятия (всего)	10	9 семестр час
Занятия лекционного типа	4	6
Занятия семинарского типа	6	6
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	98	96
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	108	108

##### 4.2 Учебно-тематический план дисциплины (очная форма)

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Самостоятельная работа студента	Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа					
			Всего	в том числе				
1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Организация работы с общественностью как общественная дисциплина и функция менеджмента	9	4	2	2	5	ПК-10 ПК-11	

2	Эволюция PR деятельности.	9	4	2	2	5	ПК-10 ПК-11
	Общественное мнение как структурный элемент PR	9	4	2	2	5	ПК-10 ПК-11
3	Организация работы и планирование деятельности служб по связям с общественностью (PR- служб)	13	8	4	4	5	ПК-10 ПК-11
4	Правовые и этические основы деятельности PR-служб	9	4	2	2	5	ПК-10 ПК-11
5	Коммуникации в организациях и информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR-служб	13	8	4	4	5	ПК-10 ПК-11
6	Персонал PR- служб	13	8	4	4	5	ПК-10 ПК-11
7	Средства массовой информации как партнёр в реализации целей PR-служб. Авангардные информационные технологии PR	13	8	4	4	5	ПК-10 ПК-11
8	Технологии PR в конфликтных ситуациях и переговорных процессах	12	8	4	4	4	ПК-10 ПК-11
9	PR в процессах внутрикорпоративного менеджмента	8	4	2	2	4	ПК-10 ПК-11

### Учебно-тематический план дисциплины (очно-заочная форма)

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
				Лекции (все-го/интеракт.)	Практич. занятия (все-го/интеракт.)		
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
1	Организация работы с общественностью как общественная дисциплина и функция менеджмента	12	1	1	-	11	ПК-10 ПК-11
2	Эволюция PR деятельности.	10		-	-	10	ПК-10 ПК-11
	Общественное мнение как структурный элемент PR	10		-	-	10	ПК-10 ПК-11

3	Организация работы и планирование деятельности служб по связям с общественностью (PR- служб)	10		-	-	10	ПК-10 ПК-11
4	Правовые и этические основы деятельности PR-служб	14	3	1	2	11	ПК-10 ПК-11
5	Коммуникации в организациях и информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR-служб	10		-	-	10	ПК-10 ПК-11
6	Персонал PR- служб	14	4	2	2	10	ПК-10 ПК-11
7	Средства массовой информации как партнёр в реализации целей PR-служб. Авангардные информационные технологии PR	10		-	-	10	ПК-10 ПК-11
8	Технологии PR в конфликтных ситуациях и переговорных процессах	12		-	2	10	ПК-10 ПК-11
9	PR в процессах внутрикорпоративного менеджмента	6		-	-	6	ПК-10 ПК-11

### **4.3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.**

#### **Тема 1. Организация работы с общественностью как общественная дисциплина и функция менеджмента**

Цели изучения курса, принципы. Управленческие отношения определение, цели, сферы приложения, ядро работы. PR как функция менеджмента. Социологические и психологические основы PR. Понятие «общественность» «целевая группа», «мнение», «общественное мнение». Потребности общества формирование целей и средств информационного воздействия. PR и стратегическое управление, миссия, цели и задачи, методы прогнозирования

#### **Тема 2. Эволюция PR деятельности.**

Источники PR . Зарождение PR в США. Начало общения: отношения с прессой. Гласность. Ответные действия: эпоха корпоративных писателей. Планирование: развитие PR как функции управления. Профессионализм: эпоха глобальных коммуникаций. PR - основные тенденции. Глобализация окружающей среды. Основные проблемы PR в будущем. PR в учебной аудитории.

#### **Тема 3. Общественное мнение как структурный элемент PR**

Выявление и характеристика общественных групп. Выявление, мониторинг, оценка, управление. Проблемы и роль специалиста. Восприятие и общественное мнение. Исследование общественного мнения. Исследование исходных данных и планирование. Процесс, процедуры и методы исследований. Неформальное исследование. Формальные исследования. Информация об аудитории. Прикладные исследования: комбинирование

качественных и количественных оценок во внешнем и внутреннем исследованиях. Исследование и решение проблем.

#### **Тема 4. Организация работы и планирование деятельности служб по связям с общественностью (PR- служб)**

Аспекты современной системы и задачи служб PR. Структура службы PR. Направления работы, цели, задачи, виды планирования. Деятельности службы. Организация работы PR - служб: общие принципы и их реализация в региональных органах власти. Основы профессионального общения с журналистами Организация PR -служб в органах федеральной власти. Организационная структура Центра общественных связей (ЦОС). Основные направления деятельности ЦОС. Роль PR в организационном планировании. Цели и задачи. Ответственность PR -специалиста. Общественные группы и позиционирование. Программы и виды деятельности. Мониторинг и оценка. Планирование и управление PR - деятельностью. Стратегическое планирование. Планирование деятельности PR -отдела. Стратегии решения проблем. Проблемные ситуации. PR отделы как источники и ресурсы. Плата за услуги специалистов. Определение комиссионного вознаграждения. Бюджет PR -операций. Отстаивание бюджета. Управление PR - персоналом.

#### **Тема 5. Правовые и этические основы деятельности PR-служб**

Правительственные постановления. Судебные постановления и юридическая ответственность. Правовые особенности участия служб по связям с общественностью государственных и муниципальных органов правления в политических кампаниях. Правовое разрешение конфликтных ситуаций в ходе политических кампаний. Корпоративная и профессиональная этика. Согласие общества. Ответственность в рекламе и спонсорстве. Кодексы профессионального поведения и этики.

#### **Тема 6. Коммуникации в организациях и информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR-служб**

Концепция информационных ресурсов. Концепция ресурсов власти и ее информационные составляющие. Значение информационных ресурсов в процессе управления. Создание и использование информационных ресурсов. Рынок информационных услуг. Три основных сегмента рынка информационных услуг. Его правовая основа. Работа с информацией, ее виды. Формы аналитической обработки материалов. Обработка материалов СМИ. Обзоры. Контент-анализ. Тематическая квантификация. Обращения граждан, общественных групп, организаций - общественности. Исходящие материалы. Внутренняя информация. Социологические исследования. Результаты социологических исследований

#### **Тема 7. Персонал PR- служб**

Плюрализм масштабов и характера деятельности PR - специалистов. Разнообразие сфер приложения знаний и умений специалиста. Специальность PR. Критерии оценки статуса персонала Модель деятельности персонала PR. Ролевые требования, предъявляемые профессией. Границы проблемного поля деятельности. Функции профессиональной деятельности. Содержание



выполняемых операций. Формируемая модель PR -специалиста. Результаты проводимых исследований. Портрет кадрового потенциала

### **Тема 8. Средства массовой информации как партнёр в реализации целей PR-служб. Авангардные информационные технологии PR**

Массовые коммуникации и средства массовой информации. Определение СМИ. Функции СМИ. Сферы воздействия СМИ. СМИ и аудитория: специфика взаимодействия. СМИ в структуре PR: сравнительный отечественный и зарубежный опыт. Современные правовые и экономические проблемы функционирования отечественных СМИ. Взаимодействия органов информации и учредителей. Проблемы формирования независимой прессы. Деятельность различных структур и практика ее освещения СМИ. Отношения журналистов с властными структурами и другими социальными институтами. Состояние информационного рынка. Информационные ниши. Информационные войны. Проблемы эффективности СМИ. Творческие факторы эффективности. Проведение мероприятий для прессы. Методы работы с представителями СМИ. Особенности аккредитации журналистов. Средства воздействия в журналистике. Понятие жанра, оптимальный выбор жанра. Формы подачи информации в СМИ.

### **Тема 9. Технологии PR в конфликтных ситуациях и переговорных процессах**

Общественные партнеры служб по связям с общественностью. Разнообразие общественных объединений. Формы взаимодействия государственных органов и общественных объединений. Принципы успешного взаимодействия. Механизмы взаимодействия. Необходимость инновационных организационных решений в сфере взаимодействия органов власти и управления общественными организациями. Политические партии как партнеры PR -служб. Гражданские объединения (третий сектор) - как партнер. Профессиональные союзы и PR -службы. СМИ как партнер в реализации целей PR -служб. Мониторинг, пресс-конференции, брифинги, презентации, семинары, пресс-релизы, заказные публикации, прямая рассылка материалов в СМИ. Устные коммуникации. Основы ораторского искусства. Спичрайтерство. Техника публичных выступлений. Роль PR в кризис-менеджменте. Коммуникативные методы управления кризисными ситуациями. Определение стратегии и компонентов включенного сообщения и информационной кампании. Требования к созданию новостного события. GR (Governmental Relations) и Лоббизм: определения, субъекты и объекты деятельности. Приемы лоббистской деятельности, взаимодействия с властными структурами. Каналы влияния лоббистов. Основные направления деятельности. Пути реализации лоббирования. Лоббизм в России.

### **Тема 10. PR в процессах внутрикорпоративного менеджмента**

Задачи внутрикорпоративного PR. Социальные, политические, экономические и организационные цели PR. Единое информационное поле. Коммуникации между подчиненными и руководством. Корпоративная идентичность. Принцип восприятия коллектива как единой общности. Понятие «имидж». Цель создания имиджа. Принципы создания имиджа. Алгоритм и

этапы построения имиджа. Имидж идеи, события, места. Структурные составляющие имиджа. Задачи имиджмейкера. Типы имиджа. Функциональный тип имиджа: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, отрицательный. Контекстный имидж. Сопоставительный имидж. Продвижение корпоративного имиджа. Мониторинг политического лидерства России: формирование имиджа политика, партии. Слухи как источник информации. Технологии нейтрализации слухов.

#### **4.4. СОДЕРЖАНИЕ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

**Интерактивное занятие 1. Организация работы и планирование деятельности служб по связям с общественностью (PR –служб). Интерактивное занятие в формате «анализа проблемной ситуации»**

Тема для анализа: организация PR-кампании на примере проекта Газпрома «Северный поток».

**Интерактивное занятие 2. Коммуникации в организациях и информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR -служб. Интерактивное занятие в формате «коллоквиума»**

**Вопросы для обсуждения:**

1. Коммуникация: понятие и типология.
2. Значение информационных ресурсов в процессе управления.
3. Рынок информационных услуг, его правовая основа.
4. Формы аналитической обработки материалов, результаты социологических исследований.

**Интерактивное занятие 3. Технологии PR в конфликтных ситуациях и переговорных процессах. Интерактивное занятие в формате «круглого стола»**

**Вопросы для обсуждения:**

1. PR -деятельность в конфликтной, кризисной ситуации.
2. PR в переговорном процессе.
3. Антикризисные стратегии PR

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

С учетом нехватки семинарских занятий, основными формами контроля студентов по данной дисциплине являются: – эссе, реферат, конспект лекций. Контроль за внеаудиторной (самостоятельной) работой студентов, которая осуществляется преимущественно в письменной форме проводится на занятиях всех видов. Он имеет целью определение степени усвоения лекционного материала. Зачет проводится по вопросам, приведенным в данной программе, в конце семестра.

**Текущий контроль успеваемости** осуществляется в рамках программной еженедельной практической работы.

**Промежуточная аттестация** проводится в рамках тестирования и контрольной работы.

**Итоговая аттестация** проводится в виде зачета за весь курс обучения по данной дисциплине. Объектом контроля является достижение заданного данной программой уровня овладения материалом.

### **5.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы:**

*Профессиональные компетенции:*

– ПК-10 (способность работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, собирать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы);

В процессе овладения данной компетенцией, обучающийся должен:

- **знать**

значение информационно-коммуникативного взаимодействия в обществе, манипулятивные тенденции, проявляющиеся в работе современных СМИ, различные средства влияния на общественное сознание,

- **уметь**

учитывать взаимосвязи комплексных факторов при разработке и осуществлении конкретного плана PR деятельности,

- **владеть**

навыками проведения самостоятельного исследования по тематике курса.

– ПК-11 (способность владеть навыками публичных выступлений, как перед российской, так и зарубежной аудиторией)

В процессе овладения данной компетенцией, обучающийся должен:

- **знать**

о проблемах, связанных с формированием имиджа политического деятеля, организации, основные приемы, способы, области применения PR технологий;

- **уметь**

применять психологические приемы, использование которых позволяет более эффективно проводить рекламные кампании, презентации и другие PR акции;

- **владеть**

навыками проведения самостоятельного исследования по тематике курса.

**Схема фонда оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, отражающая этапы формирования компетенций, проводимой в форме зачёта**

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство
1	Организация работы с общественностью как общественная дисциплина и функция менеджмента	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 1-6

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство
2	Эволюция PR деятельности.	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 7-9
	Общественное мнение как структурный элемент PR	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 10-17
	Организация работы и планирование деятельности служб по связям с общественностью (PR- служб)	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 16-22
	Правовые и этические основы деятельности PR-служб	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 21-25
	Коммуникации в организациях и информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR-служб Персонал PR- служб	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 26-29 вопросы к зачету 30-31
	Средства массовой информации как партнёр в реализации целей PR-служб. Авангардные информационные технологии PR	ПК-10 ПК-11	экзаменационные вопросы 32-37
	Технологии PR в конфликтных ситуациях и переговорных процессах	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 38-40
	PR в процессах внутрикорпоративного менеджмента	ПК-10 ПК-11	вопросы к зачету 41-44

## 5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

<b>ПК-10 (способность работать с материалами средств массовой информации, составлять обзоры прессы по заданным темам, находить, собирать и первично обобщать фактический материал, делая обоснованные выводы);</b>		
УСТНЫЙ ОТВЕТ	отлично	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ

	хорошо	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна
	удовлетворительно	Удовлетворительное построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	неудовлетворительно	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме
РАБОТА В КОМАНДЕ	отлично	Обоснованное и оригинальное применение теоретических идей к анализу практического опыта, фактов и проблем, способность предлагать верные решения и убеждать других членов команды
	хорошо	Достаточное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, активное участие в выработке коллективного решения
	удовлетворительно	Удовлетворительное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, частичное участие в выработке коллективного решения
	неудовлетворительно	Слабое применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, нежелание работать в команде
ОБЩИЕ УМЕНИЯ	отлично	Проявлено абсолютно уместное и точное применение широкого спектра общих умений, предусмотренных данным курсом и заданием
	хорошо	Проявлено владение достаточно широким спектром соответствующих умений
	удовлетворительно	Проявлено владение удовлетворительным спектром соответствующих умений
	неудовлетворительно	Работа показывает недостаточную компетентность в области общих умений; крайне слабая работа
<b>ПК-11 (способность владеть навыками публичных выступлений, как перед российской, так и зарубежной аудиторией)</b>		
УСТНЫЙ ОТВЕТ	отлично	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ
	хорошо	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна
	удовлетворительно	Удовлетворительное построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала
	неудовлетворительно	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме

РАБОТА В КОМАНДЕ	отлично	Обоснованное и оригинальное применение теоретических идей к анализу практического опыта, фактов и проблем, способность предлагать верные решения и убеждать других членов команды
	хорошо	Достаточное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, активное участие в выработке коллективного решения
	удовлетворительно	Удовлетворительное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, частичное участие в выработке коллективного решения
	неудовлетворительно	Слабое применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, нежелание работать в команде
ОБЩИЕ УМЕНИЯ	отлично	Проявлено абсолютно уместное и точное применение широкого спектра общих умений, предусмотренных данным курсом и заданием
	хорошо	Проявлено владение достаточно широким спектром соответствующих умений
	удовлетворительно	Проявлено владение удовлетворительным спектром соответствующих умений
	неудовлетворительно	Работа показывает недостаточную компетентность в области общих умений; крайне слабая работа

### **5.3. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по данной дисциплине.**

#### ***Примерные вопросы к зачету***

1. Функции PR в обществе.
2. Функции PR в организации.
3. PR-образование в России и мире.
4. Международные организации PR
5. Российские организации PR.
6. Профессиональные организации и ассоциации PR в США, Великобритании.
7. История становления PR за рубежом.
8. Становление PR в России.
9. Эволюция концепций и основные определения PR.
10. Управление общественным мнением.
11. Выявление и классификация целевых аудиторий организации.
12. Работа Особенности работы служб PR с целевыми аудиториями.
13. Работа службы PR с сотрудниками фирмы.
14. Работа службы PR с учредителями и акционерами.

15. Работа службы PR с инвесторами.
  16. Работа службы PR с клиентами.
  17. Работа службы PR с конкурентами.
  18. Организация и планирование деятельности PR в организации.
  19. Организация и проведение презентаций.
  20. Организация и проведение приемов.
  21. Организация и проведение конференций.
  22. Организация и участие в выставках, ярмарках.
  23. Нормативно-правовая основа деятельности специалиста PR.
  24. Квалификационные требования к специалисту по связям с общественностью.
  25. Репутация и имидж.
  26. Коммуникации в организации: основные функции и виды.
  27. Модели коммуникационного процесса.
  28. Управление коммуникациями.
  29. Особенности Internet-коммуникаций.
  30. Функции специалиста по связям с общественностью.
  31. Личностные качества PR-специалиста.
  32. Особенности работы PR с органами государственного управления.
- Лоббирование.
33. Паблисити как составляющая PR. Конструирование новостей.
  34. Принципы работы PR-специалиста со средствами массовой информации.
  35. Материалы для прессы.
  36. Подготовка и проведение интервью.
  37. Подготовка и проведение пресс-конференций.
  38. Реклама в PR.
  39. Деятельность PR в условиях кризиса.
  40. Работа со слухами.
  41. Требования к качеству PR-деятельности: брифинги.
  42. Требования к качеству PR-деятельности: исследование и планирование.
  43. Требования к качеству PR-деятельности: документация.
  44. Требования к качеству PR-деятельности: исполнение.

## **5.2 Темы для контрольных работ**

1. Социологические и психологические основы PR.
2. Потребности общества формирование целей и средств информационного воздействия.
3. PR и стратегическое управление, миссия, цели и задачи, методы прогнозирования.
4. Становление сферы отношений с широкой общественностью.
5. Профессионализм: эпоха глобальных коммуникаций.
6. Основные проблемы PR в будущем.
7. PR в учебной аудитории
8. Восприятие и общественное мнение.

9. Исследование общественного мнения.
  10. Прикладные исследования: комбинирование качественных и количественных оценок во внешнем и внутреннем исследованиях.
  11. Организация работы PR-служб: общие принципы и их реализация на разных уровнях власти.
  12. Правовые и этические основы деятельности PR-служб в таможенной сфере.
  13. Правовые особенности участия служб по связям с общественностью государственных и муниципальных органов правления в политических кампаниях.
  14. Правовое разрешение конфликтных ситуаций в ходе политических кампаний.
  15. Корпоративная и профессиональная этика.
  16. Ответственность в рекламе и спонсорстве. Кодексы профессионального поведения и этики.
  17. Роль PR в организационном планировании.
  18. Информационно-аналитическое обеспечение деятельности PR-служб.
  19. Создание и использование информационных ресурсов. Рынок информационных услуг.
  20. Формы аналитической обработки материалов.
  21. Социологические исследования и использование результатов социологических исследований.
  22. Плюрализм масштабов и характера деятельности PR -специалистов.
  23. Общие проблемы взаимодействия общественных объединений и структур государственной власти.
  24. Общественные партнеры служб по связям с общественностью
  25. Формы взаимодействия государственных органов и общественных объединений.
  26. Необходимость инновационных организационных решений в сфере взаимодействия органов власти и управления общественными организациями.
  27. Политические партии как партнеры PR -служб.
  28. Гражданские объединения (третий сектор) как партнер в реализации целей PR -служб.
  29. Профессиональные союзы и PR -службы. СМИ как партнер в реализации целей PR -служб.
  30. Средства массовой информации как партнер в реализации целей PR-служб.
  31. Авангардные информационные технологии PR .
  32. Технологии и основные направления деятельности PR-служб.
- Проблемы формирования позитивного имиджа
33. Принципы создания имиджа
  34. Технологии PR в конфликтных ситуациях и переговорных процессах.
  35. Политическое консультирование, публичные акции PR.
  36. Роль PR в кризис-менеджменте.
  37. Коммуникативные методы управления кризисными ситуациями.



38. Приемы лоббистской деятельности, взаимодействия с властными структурами.

39. Система "реклама-потребитель".

40. Модель эффективности рекламной кампании.

41. Избирательная кампания, ее планирование.

### **5.3. Тематика рефератов и докладов**

1. PR в некоммерческих организациях.

2. PR в общественных организациях.

3. PR в сфере политики.

4. PR в сфере экономики.

5. PR и пропаганда. «Черный пиар».

6. PR-служба в государственных организациях и учреждениях. Задачи, функции, структура.

7. PR-служба в коммерческих структурах. Задачи, функции, структура.

8. Брифинг.

9. Внешние и внутренние связи с общественностью.

10. Информационная политика организации. Оценка эффективности.

11. Информационное обслуживание пресс-конференций.

12. Информационное спонсорство.

13. Информация: журналистская, рекламная и PR-информация.

14. История возникновения и развития связей с общественностью.

15. Коммуникации во взаимоотношении с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени и др.

16. Конкурс среди журналистов на лучший материал.

17. Корпоративная культура и ее характеристики.

18. Маркетинговые исследования в связях с общественностью.

19. Маркетинговые службы и оценка эффективности программ по связям с общественностью.

20. Организация презентации.

21. Основные этапы становления связей с общественностью.

22. Планирование PR-программ в связях с общественностью.

23. Понятие информации и социальной информации.

24. Понятия «пропаганда» и «реклама», их отличия от PR-деятельности.

25. Пресс-бюро. Структура, задачи, функции и техническое оснащение.

26. Пресс-клуб. Структура, задачи, функции и техническое оснащение.

27. Пресс-конференция: подготовка, проведение и завершение мероприятия.

28. Пресс-релиз.

29. Пресс-секретарь. Основные направления взаимодействия со СМИ.

30. Пресс-служба. Структура, задачи, функции и техническое оснащение.

31. Принципы формирования корпоративной философии и корпоративной культуры.

32. Профессия — специалист по связям с общественностью.

33. Роль связей с общественностью в деятельности организации (фирмы).

34. Связи с общественностью в зарубежных странах.

35. Связи с общественностью в культуре, образовании и других социальных сферах.

36. Связи с общественностью в России.

37. Связи с общественностью и маркетинг.

38. Связи с общественностью и менеджмент.

39. Связи с общественностью и СМИ.

40. Связи с общественностью как деятельность.

41. Связи с общественностью как отрасль знаний.

42. Формы подачи информационно-новостных материалов в практике связей с общественностью.

43. Целевые аудитории в связях с общественностью.

44. Вопросы правового обеспечения связей с общественностью.

45. Защита чести, достоинства и деловой репутации.

#### **5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков**

##### **Критерии оценивания ответа обучающегося**

Высшим баллом **«отлично» (зачтено)** аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«неудовлетворительно» (не зачтено)** ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не

может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

В целях повышения качества оценивания работы обучающихся, программа курса предполагает использование 100-бальной рейтинговой системы. Она способствует усилению мотивации к самообразованию и самосовершенствованию. При оценке знаний студентов в расчет принимаются посещаемость занятий, активность на занятиях, качество подготавливаемых обучающимися заданий, как в рамках аудиторной, так и внеаудиторной самостоятельной работы.

*Шкала в баллах по видам работ*

<b>Вид работы</b>	<b>Распределение баллов</b>
1.Посещение лекционных занятий	10
2.Посещение практических занятий.	10
3.Опоздание на лекции	-5
4.Опоздание на практическое занятие.	-5
5.Ведение конспекта	5
6.Подготовка к занятию без презентации Power Point	10
8. Подготовка к занятию с презентацией Power Point	15
10.Тестовая контрольная работа	25
Самостоятельная работа (индивидуальное задание)	30

**6. Методические рекомендации для преподавателей по технологии реализации дисциплины**

В курсе «PR в международной компании» уделяется особое внимание самостоятельной работе обучающихся.

Аудиторная и самостоятельная работа обучающихся при изучении курса тесно взаимосвязаны, поскольку вопросы, самостоятельно подготовленные студентами к практическим занятиям, на лекциях не рассматриваются. Поскольку задачи курса предусматривают развитие навыков самостоятельной работы с научной литературой (систематизация, критика и пр.), а также формирование умения извлекать информацию из первоисточников (нормативно-правовые акты, политические декларации, экономическая статистика и пр.), на практические занятия выносятся, в первую очередь, те вопросы, которые в наиболее полной мере обеспечены источниками и литературой. Этот преподавательский подход дает обучающимся возможность проявить свою самостоятельность, сформировать навыки анализа международных отношений, развития основных тенденций мировой политики, характера международных отношений и внутриполитических процессов.

При реализации дисциплины «PR в международной компании» направления подготовки 41.04.05 – «Международные отношения»

используются образовательные технологии, наиболее полно отражающие специфику дисциплины: активные и интерактивные формы проведения занятий, кроме пассивных методов (опрос и прочее).

Поскольку интерактивное обучение – это, прежде всего, диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие между студентом и преподавателем, между самими студентами, в том числе с использованием информационных технологий и технических средств (приемов компьютерной презентации теоретических тем, демонстрационных опытов, элементов тренинга), стимулирующих учебную, поисковую активность студентов и их самостоятельность в профессионализации, то решение учебных задач в ходе освоения дисциплины «PR в международной компании» предполагается проводить в комбинированной форме, заключающей в себе, например, элементы лекции и дискуссии как интерактивных форм обучения.

Наиболее востребованными формами проведения лекций в рамках описываемой дисциплины являются проблемная лекция, лекция-дискуссия, лекция-беседа.

Кроме того, в процессе обучения задействована такая форма интерактивного обучения, как тестирование обучающихся по разделам дисциплины.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, в общем, по дисциплине представлен таблицей ниже.

Активные методы обучения, используемые на занятиях дисциплины «PR в международной компании» представлены в следующей таблице:

Неимитационные	Имитационные	
	Неигровые	Игровые
проблемная лекция; лекция-дискуссия	метод «обучение в сотрудничестве», групповая дискуссия	–

При реализации дисциплины «PR в международной компании» направления подготовки 41.03.05– «Международные отношения» используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий:

#### **Очная форма**

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Кол-во часов
7 семестр	Л	проблемная лекция лекция-дискуссия	15

	ПР	групповые дискуссии,	15
<b>ИТОГО</b>			<b>30</b>

Общее количество часов, используемых в аудиторных занятиях дисциплины в интерактивной форме для очной формы составляет 50% из 60 часов, выделяемых для аудиторной работы.

### Очно-заочная форма

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Кол-во часов
9 семестр	Л	проблемная лекция лекция-дискуссия	2
	ПР	групповые дискуссии,	4
<b>ИТОГО</b>			<b>6</b>

Общее количество часов, используемых в аудиторных занятиях дисциплины в интерактивной форме для очной формы составляет 60% из 10 часов, выделяемых для аудиторной работы.

## 7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Для самостоятельной работы обучающихся предлагается тематика курсовых работ и рефератов по наиболее важным разделам курса, имеющим, прежде всего прикладное и актуальное значение. Самостоятельная работа обучающихся имеет частично-поисковый и исследовательский характер. Тем самым решаются задачи передачи знаний, принципиально нового материала и приобретения умений и навыков их применения.

Самостоятельная работа обучающихся является важной частью профессионального обучения в рамках данного курса. Самостоятельная работа обучающихся осуществляется под руководством преподавателя и протекает в форме делового взаимодействия: обучающийся получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий. Содержание самостоятельной работы обучающихся имеет двуединый характер. С одной стороны, это совокупность учебных и практических заданий, которые должен выполнить

обучающийся в процессе обучения - объект его деятельности. С другой стороны, это способ деятельности обучающегося по выполнению соответствующего учебного теоретического или практического задания. Свое внешнее выражение содержание самостоятельной работы обучающихся находит во всех организационных формах учебной внеаудиторной деятельности, в ходе самостоятельного выполнения различных заданий. Функциональное предназначение самостоятельной работы обучающихся в процессе практических занятий по овладению специальными знаниями заключается в самостоятельном прочтении, просмотре, прослушивании, наблюдении, конспектировании, осмыслении, запоминании и воспроизведении определенной информации. Цель и планирование самостоятельной работы обучающемуся определяется преподавателем.

Собственно самостоятельная работа обучающихся выполняется в удобные для студента часы и представляется преподавателю для проверки. Данный формат предусматривает большую самостоятельность обучающимся, большую индивидуализацию заданий, наличие консультационных пунктов и ряд психолого-педагогических новаций, касающихся как содержательной части заданий, так и характера консультаций и контроля.

**Студентам предлагаются следующие формы самостоятельной работы:**

- самостоятельная домашняя работа;
- самостоятельная работа с использованием Интернет-технологий;
- индивидуальная творческая работа;
- выполнение заданий по пройденным темам с использованием дополнительной литературы;
- написание рефератов, докладов;

Результаты самостоятельной творческой работы могут быть представлены в форме доклада по теме и в форме реферата.

По теме «круглого стола» предполагается, что 3-4 обучающихся подготовят 10-минутные презентации, которые будут подробно обсуждены другими членами группы.

В ходе «круглого стола» студент развивает такие способности (компетенции), как:

- умение превращать информацию в знания, эффективно хранить, применять и делиться полученным знанием;
- осуществление сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- эффективное общение (устно);
- системное видение;
- умение подвергать сомнению традиционные стереотипы;
- владение навыками проведения индивидуальных и коллективных научных исследований.
- навыки постоянного отслеживания передовых научных достижений в области своей специализации;

- владение навыками проведения индивидуальных и коллективных научных исследований;
- способность учиться у других, заниматься самообразованием;
- умение выбирать конкретные применения знаний и умений к анализу ситуаций;
- умение использовать на практике результаты научных исследований.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

### **а) основная литература<sup>1</sup>**

1. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бузин В.Н., Бузина Т.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 495 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17678>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Кузнецов П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии. П. А. Кузнецов. М., 2015.\* \*

3. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии М., 2015.\* \*

### **б) дополнительная литература**

1. Антипов К.В. Паблик рилейшнз: Учебное пособие. М., 2002 3-е издание.

2. Бауер В. и др. Энциклопедия символов. М.,1995.

3. Беркли-Ален М. Забытое искусство слушать.М.,1997.

4. Блэк С. Паблик релейшинз. Что это такое? М. Новости 1990

5. Бороздина Г.В. Психология делового общения. М., 2009.

6. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. СПб., 1995.

7. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. М.,2012.

8. Грейсон Дж.К.-мл., О' Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. М.,1991.

9. Джи Б. Имидж фирмы. СПб.,2000.

10. Дмитриев А. и др. Введение в общую теорию конфликтов. М.,1993.

11. Дмитриев Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.,1998.

12. Доти Д. Паблсити и паблик рилейшнз. М.,1998.

13. Зарецкая Е.Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. М.,2001.

14. Зверинцев А. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера по PR. СПб.,1997.

15. Землянова Л.М. Глобализм и антиглобализм в эпоху формирования информационного общества // Вести. Моек, ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2000.№2.

16. .

17. Информационная безопасность России. М.,1998.

18. Каган М.С. Мир общения. М.,1988.

19. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. М.,1998.

<sup>1</sup> Знаком «\*» отмечена литература, имеющаяся в библиотеке МосГУ, знаком «\*\*» выделена литература, имеющаяся в базе «КнигаФонд» и «IPRbooks» библиотекы МосГУ

20. Лукашев А.В., Пониделко А.В. «Черный PR» как способ овладения властью или Бомба для имиджмейкера. СПб.,2001.
21. Почепцов Паблик релейшинз. М.-издательский центр 2003
22. Тучков С.М. Связи с общественностью в политических, государственных и муниципальных организациях. 2001
23. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России. СПб 2003
24. Хейвуд Р. Все О ПР. Как добиться успеха в бизнесе используя связи с общественностью. М. Лаборатория базовых знаний 1993.
25. Павловская А.В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации // Вестн. Моек, ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 1998. № 1.
26. Панарин И.Н. Информационные войны и Россия. М.,2000.
27. Панкратов В.Н. Искусство управлять собой. М.,2000.
28. Пол М. Дизель, Уильям Мак-Кинли Раньян. Поведение человека в организации.1993.
29. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараона до президента. Киев,1997.
30. Почепцов Г.Г. История русской семиотики до и после 1917 года. М.,1998.
31. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. М.,1998.
32. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.; Киев,2000.
33. Психология делового преуспевания. М.,2001.
34. Серегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. М.,1995.
35. Сетков В.М. Психология коммуникации в организациях. СПб.,2000.
36. Соколов И. Технология популярности, или паблик рилейшенз. Минск, 1999.
37. Соловьев Э.Я. Современный этикет и деловой протокол. М.,1993.
38. Соловьева О.В. Обратная связь в межличностном общении. М., 1992.
39. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М.,2001.

**в) информационные справочные системы и базы данных:**

1. РАСО Российская ассоциация по связям с общественностью – <http://www.raso.ru/>
2. Анализ рынка PR (Национальная служба новостей) – [www.nns.ru](http://www.nns.ru)
3. Гуманитарный клуб Связи с общественностью – [www-ic.dcn-asu.ru](http://www-ic.dcn-asu.ru)
4. Информационно-аналитическая газета PR-News – [www.pr-news.spb.ru](http://www.pr-news.spb.ru)
5. Профессиональный научно-популярный журнал PR-Диалог – [www.pr-dialog.ru](http://www.pr-dialog.ru)
6. Агентства политического консалтинга и Public Relations (Национальная служба новостей) – [www.nns.ru](http://www.nns.ru)
7. Русская школа Public Relations – [www.ycnex.ru](http://www.ycnex.ru)



№№	ЭБС, к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Описание ЭБС	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	<a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a> 100% доступ. Версия для слабовидящих.
2.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка».	<a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a> 100% доступ. Версия для слабовидящих.
3.	ЭБС IPR BOOKS	Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса в нашем учебном заведении.	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> 100% доступ. Версия для слабовидящих.

№№	Справочные системы и базы данных к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Используемый для работы адрес
1.	<a href="http://polpred.com">Polpred.com</a> Обзор СМИ. В рубрикаторе: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 9000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке, миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Доступ на Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки.	<a href="http://polpred.com/news/">http://polpred.com/news/</a>
2.	С 2001 года Библиотека Московского гуманитарного университета сотрудничает с компанией «Консультант Плюс» и является участником Программы информационной поддержки российских библиотек.	<a href="http://www.consultant.ru/edu/center/">http://www.consultant.ru/edu/center/</a>

	<p>В читальном зале установлены актуальные базы данных правовых документов. Учебный центр «Консультант Плюс» (<a href="http://www.consultant.ru/edu/center/">http://www.consultant.ru/edu/center/</a>) регулярно проводит обучающие семинары с выдачей своего сертификата. Программа и расписание семинаров на ближайший месяц размещаются на сайте компании в разделе Некоммерческие проекты – Учебный Центр Консультант Плюс. Разработано мобильное приложение «Консультант Плюс: Студент» (<a href="http://www.consultant.ru/student/">http://www.consultant.ru/student/</a>). Бесплатное приложение «КонсультантПлюс: Студент» содержит правовую информацию (кодексы, законы), судебную практику, консультации, а также современные учебники по праву, финансам, экономике и бухучету.</p>	
--	--	--

№№	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Министерство образования и науки Российской Федерации	<a href="http://минобрнауки.рф/">http://минобрнауки.рф/</a> 100% доступ
2.	Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки	<a href="http://obrnadzor.gov.ru/">http://obrnadzor.gov.ru/</a> 100% доступ
3.	Федеральный портал «Российское образование»	<a href="http://www.edu.ru/">http://www.edu.ru/</a> 100% доступ
4.	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов	<a href="http://fcior.edu.ru/">http://fcior.edu.ru/</a> 100% доступ
5.	Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде. 5100 изданий открытого доступа	<a href="http://bibliorossica.com/">http://bibliorossica.com/</a> 100% доступ

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и

обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются следующие ресурсы:

1. для проведения занятий лекционного типа используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные комплектом презентационного оборудования (стационарного или переносного): мультимедиа-проектором, персональным компьютером;

2. для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, для осуществления текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью;

3. помещения для самостоятельной работы студентов: читальный зал библиотеки МосГУ, аудитории №107, №514, №417, №225 (3 учебный корпус), аудитория №16 (1 учебный корпус), аудитория №311 (учебный корпус В), аудитория №35 (2 учебный корпус), укомплектованные специализированной мебелью и оснащенный компьютерной техникой с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В Университете созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья. Имеются учебные аудитории, предназначенные для проведения всех видов учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

В качестве лицензионного программного обеспечения используется MS Office.

#### **10. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет» от 30.05.2018 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.