

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования, первый  
проректор  
  
И.А. Хагуров  
подпись  
«31» мая 2024 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.В.ДЭ.02.01 СОВРЕМЕННЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная

Квалификация бакалавр

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины «Современные PR-технологии предприятия» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

Программу составил (а):  
Ваян М.Н., канд. экон. наук, доцент



---

Рабочая программа дисциплины «Современные PR-технологии предприятия» утверждена на заседании кафедры Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента протокол № 6 «29» февраля 2024 г.

Заведующая кафедрой Вукович Г.Г.



---

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 10 «17» мая 2024 г.

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н.



---

Рецензенты:  
Лемешев В.П., директор ООО «РосДетальКомплект»

Листопад М.Е., профессор кафедры мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «КубГУ», д-р экон. наук

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)**

1.1 Цель освоения дисциплины: формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

1.2 Задачи дисциплины: заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации (СМИ) и т.д.

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Современные PR-технологии предприятия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе, 8 семестр, по очной, очно-заочной формам обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение дисциплины базируется на знаниях предшествующих дисциплин, таких как: «Экономическая безопасность» «Макроэкономика», «Экономика организации (предприятия)», «Планирование и прогнозирование в бизнесе», «Микроэкономика», «Производственный менеджмент», «Организация производства», а также для последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом, такие как: «Планирование и прогнозирование в бизнесе», «Методы принятия управленческих решений», «Управление затратами и контроллинг», «Оценка рисков», «Экономика отраслевых рынков», «Стратегическое управление предприятием (организацией)»

### **1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
---	-----------------------------------

<b>ПК-1-</b> Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)	
<b>ИПК-1.2.2</b> -Использует PR-технологии в процессе организации профессиональной деятельности	Знает: правовые, этические основы регулирования PR-деятельности во взаимоотношениях с внешними организациями Знает: -способы и методы использования PR-технологий во взаимодействии с внешними организациями
	Умеет: использовать PR-технологии в процессе организации профессиональной деятельности  Умеет: оценивать эффективность PR-мероприятия для реализации этики взаимоотношений в организации развития организационной культуры
	Трудовое действие: обладает навыками использования PR-технологии в процессе организации профессиональной деятельности Трудовое действие: обладает навыками PR-технологии в процессе осуществления тактического управления процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации(отдела, цеха)

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2\_зачетные единицы (\_72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		Семестр 8 (часы)	X семестр (часы)	Семестр 8 (часы)	курс (часы)
<b>Контактная работа, в том числе:</b>		<b>32,2</b>		<b>32,2</b>	<b>нет-</b>
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>					
занятия лекционного типа		14		14	
лабораторные занятия		-	-	-	-
практические занятия			-		
семинарские занятия		14	-	14	
<b>Иная контактная работа:</b>					
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4		4	-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2		0,2	-
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>		<b>39,8</b>		<b>39,8</b>	<b>-</b>
<i>Опрос (подготовка)</i>		10		10	-

Рефераты (подготовка)			10		10	-
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)			19,8		19,8	-
<b>Контроль:</b>						
Подготовка к зачету		-		--		
<b>Общая трудоемкость</b>	час.		72		72	-
	в том числе контактная работа		32,2		32,2	-
	зач. ед		2		2	-

## 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.  
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре, 4 курс (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС

1.	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	16	4	4		8
2.	Технологии связей с общественностью	16	4	4	-	8
3.	Ключевые положения информационно-коммуникационной поддержки бизнес-стратегии:	12	2	2	-	8
4.	Корпоративная PR-служба и Пресс-служба: взаимодействие в медиа-среде,	12	2	2	-	8
5.	Специфика Community relations в коммерческих компаниях.	11,8	2	2		7,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		67,8	14	14	-	39,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре, 4 курс (*очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	16	4	4		8
2	Технологии связей с общественностью	16	4	4	-	8
3	Ключевые положения информационно-коммуникационной поддержки бизнес-стратегии:	12	2	2	-	8

4	Корпоративная PR-служба и Пресс-служба: взаимодействие в медиа-среде,	12	2	2	-	8
5	Специфика Community relations в коммерческих компаниях.	11,8	2	2		7,8
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		67,8	14	14	-	39,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

## 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	<p>Предметное поле дисциплины Связи с общественностью (PR «публик рилейшнз») в управлении персоналом.</p> <p>Объект и предмет связей с общественностью.</p> <p>Научные теории в понимании объекта и предмета связей с общественностью. Определение PR.</p> <p>Институт «публик рилейшнз», его возникновение и развитие. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (PR), информационные процессы в обществе и управлении.</p> <p>Многообразие определений PR как управленческой науки. Теоретические подходы к пониманию PR.</p> <p>Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования.</p> <p>Принципы деятельности PR.</p>	<p>Опрос</p> <p>Рефераты</p>

2.	Технологии связей с общественностью	<p>Формирование имиджа, структура, типология.</p> <p>Функции имиджа коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная. Технологии формирования и модели имиджа организации. . Субъективный имидж. Объективный имидж. Идеальный имидж.</p> <p>Структура имиджа управленца.: Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации.</p> <p>Понятие «бренд» и «брендинг». Формирование персонального имиджа руководителя.</p> <p>Корпоративный имидж организации. Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда</p>	Опрос Рефераты
3.	Ключевые положения Информационно-коммуникационной поддержки бизнесстратегии:	<p>Маркетинговые цели и корпоративная информационная политика. Целевые аудитории, стейкхолдеры, конкуренты. Платформа аргументов , месседжи ключевым аудиториям ,лозунги информационных кампаний. Каналы коммуникации, ресурсы и инструменты. Команда реализации: состав, функции, распределение обязанностей, алгоритм взаимодействия внутри компании и с внешними аудиториями. Специфика практической реализации. Критерии оценки эффективности.</p>	Опрос Рефераты
		Проблемы этики СО в бизнесе	
4.	Корпоративная PR-служба и Пресс-служба: взаимодействие в медиа-среде	<p>Координация информационно-коммуникационной стратегии и тактики, представительность в Интернете. Новые медиа, цифровые и не медийные каналы коммуникации. Освещение позиции руководства и топ-менеджмента в СМИ. Базы данных, медиа-досье и медиа-карта. Система производства корпоративных информационно-рекламных, имиджевых, служебных документов. Ключевые совместные пресс-события и акции Пресс-службы и PR-департамента. Критерии оценки эффективности мероприятий в медиа-пространстве (share of voice, tone of voice, target publics outreach и т.д.).</p>	Опрос Рефераты
5.	Специфика Community relations в коммерческих компаниях.	<p>Виды стейкхолдеров. Роль стейкхолдеров в СО.</p> <p>Функции SMM-менеджера и Community relations в информационной стратегии. Индустрия цифровых новых медиа в продвижении коммерческого сектора и брендов. Значение блогосферы, социальных сетей, мессенджеров и телеграмм-каналов для эффективной информационной</p>	Опрос Рефераты



		стратегии.	
--	--	------------	--

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Теоретико-методологические основы связей с общественностью	Предметное поле дисциплины Связи с общественностью (PR «паблик рилейшнз») в управлении персоналом. Объект и предмет связей с общественностью. Научные теории в понимании объекта и предмета связей с общественностью. Определение PR. Институт «паблик рилейшнз», его возникновение и развитие. Предмет, структура, основные функции общественных отношений(PR), информационные процессы в обществе и управлении. Многообразие определений PR как управленческой науки. Теоретические подходы к пониманию PR. Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования. Принципы деятельности PR.	Опрос Рефераты
2.	Технологии связей с общественностью	Формирование имиджа, структура, типология. Функции имиджа коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная. Технологии формирования и модели имиджа	Опрос Рефераты
		организации. . Субъективный имидж. Объективный имидж. Идеальный имидж. Структура имиджа управленца.: Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации. Понятие «бренд» и «брендинг». Формирование персонального имиджа руководителя. Корпоративный имидж организации. Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда	

3.	Ключевые положения Информационно-коммуникационной поддержки бизнес-стратегии:	Маркетинговые цели и корпоративная информационная политика. Целевые аудитории, стейкхолдеры, конкуренты. Платформа аргументов , месседжи ключевым аудиториям ,лозунги информационных кампаний. Каналы коммуникации, ресурсы и инструменты. Команда реализации: состав, функции, распределение обязанностей, алгоритм взаимодействия внутри компании и с внешними аудиториями. Специфика практической реализации. Критерии оценки эффективности. Проблемы этики СО в бизнесе.	Опрос Рефераты
4.	Корпоративная PR-служба и Пресс-служба: взаимодействие в медиа-среде	Координация информационно-коммуникационной стратегии и тактики, представительность в Интернете. Новые медиа, цифровые и не медийные каналы коммуникации. Освещение позиции руководства и топ-менеджмента в СМИ. Базы данных, медиа-досье и медиа-карта. Система производства корпоративных информационно-рекламных, имиджевых, служебных документов. Ключевые совместные пресс-события и акции Прессслужбы и PR-департамента. Критерии оценки эффективности мероприятий в медиа-пространстве (share of voice, tone o fvoice, target publics outreach и т.д.).	Опрос Рефераты
5.	Специфика Community relations в коммерческих компаниях.	Виды стейкхолдеров. Роль стейкхолдеров в СО. Функции SMM-менеджера и Community relations в информационной стратегии. Индустрия цифровых новых медиа в продвижении коммерческого сектора и брендов. Значение блогосферы, социальных сетей, мессенджеров и телеграмм-каналов для эффективной информационной стратегии.	Опрос Рефераты

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов) не предусмотрена

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>

2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
4	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа, – в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

#### 4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Современные PR-технологии предприятия»

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме опроса, рефератов и **промежуточной аттестации** в форме вопросов зачету.

#### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	<b>ИПК-1.2.2</b> - Использует PR-технологии в процессе организации профессиональной деятельности	<p><b>Знает:</b> правовые, этические основы регулирования PR-деятельности во взаимоотношениях с внешними организациями</p> <p><b>Знает:</b> -способы и методы использования PR-технологий во взаимодействии с внешними организациями</p> <p><b>Умеет:</b> использовать PR-технологии в процессе организации профессиональной деятельности</p>	<p><i>Вопросы для устного (письменного) опроса по темам:</i></p> <p>Теоретикометодологические основы связей с общественностью.</p>	<p><i>Вопросы на зачет</i></p>

		<p><b>Умеет:</b> оценивать эффективность PR-мероприятия для реализации этики взаимоотношений в организации развития организационной культуры</p> <p><b>Трудовое действие:</b> обладает навыками использования PR-технологии в процессе организации профессиональной деятельности</p> <p><b>Трудовое действие:</b> обладает навыками PR-технологии в процессе осуществления тактического управления процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)</p>	<p>Технологии связей с общественностью.</p> <p>Ключевые положения Информационно-коммуникационной поддержки бизнес-стратегии:</p> <p>Корпоративная PRслужба и Прессслужба: взаимодействие в медиасреде, Специфика Community relations в коммерческих компаниях.</p> <p><i>Рефераты</i></p>	
--	--	--	---	--

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

***Примерный перечень рефератов***

1. Стратегические цели СО в бизнес- структурах
2. Вклад СО в создание привлекательного имиджа бизнес-структуры и ее продукции (услуги)
3. Значение СО для формирования устойчивой деловой репутации коммерческих

компаний.

4. СО в системе принятия стратегических решений в бизнесе
5. Особенности формирования корпоративного имиджа
6. Специфика СО в онлайн и офлайн: преимущества и недостатки
7. Структура и функционал внешнего щита информационной безопасности бизнеса в коммерческих структурах
8. Статус PR-специалиста в успешной коммерческой структуре
9. Ключевые функциональные обязанности возложенные на PR-специалиста в коммерческих фирмах
10. Влияние цифровой трансформации на квалификационные требования, функционал и обязанности PR-специалистов
11. Национальный проект «Цифровая экономика РФ» о дальнейшем развитии профессии современного PR-специалиста.
12. Consumer relations и какова их роль в формировании коммуникационной стратегии
13. Ресурсы и инструменты необходимы для успешной реализации информационнокоммуникационной стратегии
14. Эффективность в рекламе, маркетинге и СО и их принципиальная разница в подходах
15. Значение («Customer satisfaction Index»-«Индекс удовлетворенности клиентов)
16. Специфика оценки эффективности СО в бизнесе в оценке фондового (финансового) рынка
17. Принципиальные отличия российских и зарубежных подходов к оценке KPI СО в бизнесе.

### **Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)**

#### *Перечень вопросов при промежуточной аттестации (зачет)*

1. Предметное поле дисциплины Связи с общественностью (PR «паблик рилейшнз») в управлении персоналом.
2. Объект и предмет связей с общественностью.
3. Научные теории в понимании объекта и предмета связей с общественностью.
4. Определение PR. Институт «паблик рилейшнз», его возникновение и развитие .
5. Предмет, структура, основные функции общественных отношений (PR), информационные процессы в обществе и управлении.
6. Теоретические подходы к пониманию PR.
7. Содержание PR и отличие от таких понятий как реклама, пропаганда, манипуляция.
8. Основные сферы PR деятельности: профессиональные понятия, термины, задачи и требования.
9. Принципы деятельности PR.
10. Формирование имиджа, структура, типология.

11. Функции имиджа коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная.
12. Технологии формирования и модели имиджа организации.
13. Структура имиджа управленца.
14. Выбор и разработка коммуникативных стратегий продвижения характеристик имиджа организации.
15. Понятие «бренд» и «брендинг». Формирование персонального имиджа руководителя.
16. Корпоративный имидж организации.
17. Бренд и брендинг в связях с общественностью. Технологии построения бренда
18. Маркетинговые цели и корпоративная информационная политика.
19. Целевые аудитории, стейкхолдеры, конкуренты.
20. Каналы коммуникации, ресурсы и инструменты.
21. Команда реализации: состав, функции, распределение обязанностей, алгоритм взаимодействия внутри компании и с внешними аудиториями.
22. Критерии оценки эффективности. Проблемы этики СО в бизнесе
23. Координация информационно-коммуникационной стратегии и тактики, представительность в Интернете.
24. Новые медиа, цифровые и не медийные каналы коммуникации.
25. Освещение позиции руководства и топ-менеджмента в СМИ.
26. Базы данных, медиа-досье и медиа-карта.
27. Система производства корпоративных информационно-рекламных, имиджевых, служебных документов.
28. Ключевые совместные пресс-события и акции Пресс-службы и PR-департамента
29. Критерии оценки эффективности мероприятий в медиа-пространстве (share of voice, tone of voice, target publics outreach и т.д.).
30. Виды стейкхолдеров. Роль стейкхолдеров в СО. Функции SMM-менеджера и Community relations в информационной стратегии.
31. Индустрия цифровых новых медиа в продвижении коммерческого сектора и брендов.

### **Критерии оценивания результатов обучения**

*Критерии оценивания по зачету:*

**«зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

**«не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом, – в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## **5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий**

### **5.1. Учебная литература**

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов /

М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/558073>

2. Информационно-коммуникационные технологии третьего тысячелетия:

учебное пособие / П.В.Меньшиков, Е.Е. Юсупова, В.С. Новикова, В.Н.Филиппов и др.: под редакцией П.В. Меньшикова - Москва: Издательство МГИМО –Университет. 2020 – 460 с. –ISBN 978-5-9228-2299-2.

URL:[https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book\\_red&id=599762](https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=599762)

### **5.2. Периодическая литература**

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com> 2.

Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

3. Потапенко А.А. Предпринимательское право. Краткий курс.

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252168>.



### 5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

#### Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

#### Профессиональные базы данных:

1. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система «Гарант», правовые базы российского законодательства;
2. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - Общероссийская сеть распространения правовой информации (Консультант-Плюс);
  1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
  2. Scopus <http://www.scopus.com/>
  3. ScienceDirect [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
  4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
  5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
  6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
  7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
  8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
  9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
  10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
  11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
  12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
  13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
  14. zbMath <https://zbmath.org/>
  15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
  16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
  17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
  18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru> [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система «Гарант», правовые базы российского законодательства;

#### Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

### **Ресурсы свободного доступа:**

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety)

### **Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:**

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий [http://mschool.kubsu.ru/](http://mschool.kubsu.ru;);
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

### **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Методические указания по выполнению самостоятельной работы составлены в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по 27 и 38 УГСН. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## 7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	<p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы</p> <p>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>