

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНОЛОГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ»

Направление подготовки:	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки:	<u>Реклама и связи с общественностью</u>
Образовательная программа:	<u>Бакалавриат</u>
Квалификация:	<u>Академический бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная, заочная</u>

Донецк 2021

УТВЕРЖДАЮ:



И.о. Декана филологического факультета

Л. П. Квашина

Рабочая программа учебной дисциплины «Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 512; Государственного образовательного стандарта высшего образования (ГОС ВО) Донецкой Народной Республики (ДНР) (проекта) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 10.11.2017 г. № 1171 (с изменениями и дополнениями); учебного плана и основной профессиональной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля: «Реклама и связи с общественностью», разработанных в ГОУ ВПО «ДОННУ».

Разработчик:

Доцент каф. жур., Засл. журналист

В.П. Безродный

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики

Протокол № 9 от «4» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета

Протокол № 7 от «17» марта 2021 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

С. В. Руденко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» является частично практико-ориентированной дисциплиной и относится к базовой части образовательной программы.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания и умения, формируемые предшествующими дисциплинами – «Связи с общественностью», «Политология», «Социология».

Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)», являются необходимыми для дальнейшего углубленного изучения различных видов PR-деятельности, понимания специфики подготовки материалов для печати, радио, телевидения, осмысления особенностей работы пресс-службы, дальнейшей профессиональной и творческой ориентации студентов, участия в профессионально-творческих практикумах, прохождения производственной практики и, как результат, осознанного выбора своей будущей определенной сферы деятельности в журналистике.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>	Форма обучения	
	Очная	Очная
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль	Реклама и связи с общественностью	
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	бакалавр	
Количество содержательных модулей	5	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина базовой части	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, экзамен	
Количество зачетных единиц (кредитов)	4	4
Год подготовки	2	2
Семестр	4	-
Количество часов	144	144
- лекционных	32	4
- практических, семинарских	32	4
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	80	136
в т.ч. индивидуальное задание	-	-
Недельное количество часов,	9	-
в т.ч. - аудиторных	4	-
- самостоятельной работы студента	5	-

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» является ознакомление студентов с основными подходами и взглядами на место и роль связей с общественностью в системе государственного и муниципального управления, овладение теоретическими и аналитическими знаниями, необходимыми для осмысления современных методов и технологий управления связями с общественностью со стороны органов власти.

Задачи:

- усвоить теоретические основы управления общественными отношениями;
- получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом;
- выработать навыки подготовки и принятия решений, относящихся к управлению связями с общественностью, и адекватного использования стандартных PR-приемов и механизмов по различным аспектам функционирования органов государственной власти и местного самоуправления.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО РФ, ГОС ВО ДНР (проект) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной образовательной программы высшего образования направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля Реклама и связи с общественностью:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1: анализирует и сопоставляет источники информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения; аргументированно формирует оценку информации, принимает обоснованные решения, используя системный подход; владеет современными инструментами и технологиями
		УК-1.2: Демонстрирует способность анализировать и синтезировать информацию, связанную с проблемами современного общества, а также природой и технологиями формирования
		УК-1.3: Демонстрирует знание основных методов изучения наиболее значимых фактов, явлений,
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1: Применяет правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
		УК-2.2: Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1: Демонстрирует способность организовать собственное социальное взаимодействие в команде, определить свою роль в команде.

Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Донецкой Народной Республики и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.1: Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов).
		УК-4.2: Демонстрирует навыки ведения деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах), способы установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1: Проявляет способности самостоятельного анализа и оценки исторических явлений и вклада исторических деятелей в развитие цивилизации.
		УК-5.2: Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию, анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1: Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных целей и задач.
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.2: Осознает основные проблемы национальной безопасности, владеет механизмами минимизации и устранения угроз безопасности государства.

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных	ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
		ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

	продуктах.	
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
		ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1: Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
		ОПК-5.2: Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1: Способен участвовать в реализации	ПК-1.1: выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации

коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.
	ПК-1.2: осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
	ПК-1.3: участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
ПК-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1: создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.
	ПК-2.2: создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.
	ПК-2.3: создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампаний.
ПК-3: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.1: использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
	ПК-3.2: принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

4. ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций и практических занятий используются мультимедийные презентации, документальные фильмы научно-познавательного характера, раздаточные материалы, специальное оборудование.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение. В учебном процессе используются интернет-ресурсы по данному курсу; рассматриваются задачи, максимально приближенные к конкретным практическим ситуациям, тесты, самостоятельная работа; контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает подготовку к практическим занятиям, подготовку конспектов по отдельным вопросам изучаемых тем, изучение учебной и методической литературы, аннотаций статей, подготовку и защиту рефератов.

Тематический план «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)»

Темы	Вопросы темы
Содержательный модуль 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	
Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1.1. Основные цели: обеспечение гласности, открытости, прозрачности и доступности в работе государственного аппарата и эффективной обратной связи с гражданами и их объединениями. 1.2. Принципы открытости, законности, оперативности, конструктивности, системности, взаимного уважения.
Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1.1. Информационная, аналитическая, коммуникативная, интегративная, консультативно-методическая, организационная, правовая функции. 1.2. Задачи службы по связям с общественностью
Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	3.1. Руководитель подразделения входит в состав руководства организации, 3.2. Подразделение – самостоятельная структура организации, 3.3. Подразделение входит в состав иного структурного образования организации.
Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	4.1. Пресс-служба, 4.2. Отдел по связям с общественностью, 4.3. Редакционно-издательский отдел, 4.4. Информационно-аналитический отдел, 4.5. Технический отдел, 4.6. Отдел делопроизводства.
Содержательный модуль 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете	
Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	5.1. Связь со СМИ; 5.2. Отражение в СМИ деятельности организации; 5.3. Разъяснение решений и действий организации; 5.4. Формирование имиджа; 5.5. Проведение пресс-конференций и брифингов; 5.6. Подготовка и распространение информационно-аналитических материалов; 5.7. Организация публичных выступлений руководства организации; 5.8. Ведение официального сайта; 5.9. Противодействие негативной информации.
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	6.1. Взаимодействие с печатными изданиями, 6.2. Взаимодействие с телевидением и радио, 6.3. Взаимодействие с информагентствами и интернет-СМИ. 6.4. Основные жанры журналистской информации для освещения деятельности органов власти.
Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	7.1. Критическая информация. 7.2. Искаженная информация. 7.3. Фальсифицированная информация. 7.4. Клеветническая информация. 7.5. Опровержение информации.

Тема 8. Организация и ведение официального сайта	8.1. Карта официального сайта. 8.2. Функциональные особенности сайта. 8.3. Наполнение официального сайта.
Тема 9. Работа с блогами	9.1. Блоги как способ подачи социально-значимой информации, как эффективный инструмент ПР. 9.2. Ведение блога руководителем органа власти.
Тема 10. Работа в социальных сетях	10.1. Социальные сети как мощный коммуникационный канал. 10.2. Создание представителями органов власти групп в блогах.
Содержательный модуль 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	
Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	11.1. Формирование органом власти политики открытости. 11.2. Технологии контактов с населением.
Тема 12. Работа с внешними организациями	12.1. Взаимодействие с общественными организациями, 12.2. Взаимодействие с творческими союзами, 12.3. Взаимодействие со спортивными обществами. 12.4. Взаимодействие с культурологическими обществами. 12.5. Взаимодействие с религиозными конфессиями.
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	13.1. Организация и проведение конференций, семинаров, круглых столов, собраний. 13.2. Поддержка работы общественных советов. 13.3. Организация и участие в работе выставок. 13.4. Организация и проведение торжеств.
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	14.1. Формирование корпоративной культуры. 14.2. Кодекс корпоративной этики.
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	15.1. Информационное обеспечение. 15.2. Культурно-массовые, спортивные и развлекательные мероприятия. 15.3. Корпоративные праздники, конкурсы, турниры. 15.4. Организация празднования дней рождения сотрудников.
Тема 16. Организация издания печатной продукции	16.1. Подготовка и выпуск печатной продукции: листовки, брошюры, буклеты, календари, газеты, книги. 16.2. Основные этапы: разработка концепции издания, сбор информации для издания, систематизация материала и подготовка текста, подбор иллюстративного материала, верстка и печать.
Содержательный модуль 4. Организации ПР-проектов в органах государственной власти	
Тема 17. ПР-проекты в органах власти	17.1. ПР-проекты как направление по реализации стратегии развития органа власти, повышении имиджа организации.
Тема 18. Специфика осуществления ПР-проектов в органах власти	18.1. Презентации, публичные семинары, торжественные события – формы организации и реализации ПР-проектов. 18.2. Роль ПР-проектов в повышении имиджа органа власти.
Тема 19. Первый этап (research): определение проблем и мониторинг	19.1. Главная задача - устранение элементов неопределенности и неуверенности при принятии решения. 19.2. Определение и сегментирование целевых групп. 19.3. Основания и/или проверка эффективности стратегии.

социального окружения	19.4. Профилактика ситуации, когда «верхи» и «низы» не понимают друг друга. 19.5. Наблюдение за конкурентами. 19.6. Обретение известности. 19.7. Влияние на поведение. 19.8. Социологические исследования. 19.9. Информационный и коммуникационный аудит
Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	20.1. Стратегическое планирование. 20.2. Определение целей и задач. 20.3. Определение целевых и ключевых аудиторий. 20.4. Определение целевых СМИ. 20.5. Составление рабочего плана
Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	21.1. Метод создания специальных событий. 21.2. Составление сообщения. 21.3. Контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации
Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	22.1. Количественные и качественные методы оценки эффективности. 22.3. Прикладной подход к измерению эффективности. 22.4. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов.
Содержательный модуль 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	
Тема 23. Понятие стратегического планирования	23.1. Стратегическое планирование устанавливает приоритеты, направления, методы и способы практической деятельности каждого сотрудника в отдельности и коллектива в целом. 23.2. Функциональная стратегия. 23.3. Корпоративная стратегия.
Тема 24. Виды и особенности планирования	24.1. Перспективное и оперативное планирование. 24.2. Планирование работы со СМИ. 24.3. Планирование внутри- и внешнекорпоративной работы.
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	25.1. Социальный и политический анализ. 25.2. Комплексные, выборочные и факторные аналитические исследования. 25.3. Перспективные, оперативные и ситуационные аналитические исследования. 25.4. Статистические, социологические, математические и сравнительные исследования.

Структура дисциплины «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)» по видам учебной деятельности

Содержательный модуль 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях				
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов			
	Очная форма обучения		Заочная форма обучения	
	В	С	В	С
	В Т.Ч.		В Т.Ч.	

		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	4	1	1		2	3,5	0,25	0,25		3
Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	4	1	1		2	3,5	0	0		3,5
Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	4	1	1		2	3,5	0,25	0,25		3
Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	4	1	1		2	3,5	0	0		3,5
Итого по содержательному модулю 1	16	4	4		8	14	0,5	0,5		13

Содержательный модуль 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете										
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	всего	в т.ч.				всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	6	2	2		2	5,5	0,25	0,25		5
Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	8	2	2		4	8,5	0,25	0,25		8
Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	8	2	2		4	6,5	0,25	0,25		6
Тема 8. Организация и ведение официального сайта	5	1	1		3	6,5	0,25	0,25		6
Тема 9. Работа с блогами	5	1	1		3	6	0	0		6

Тема 10. Работа в социальных сетях	5	1	1		3	6	0	0		6
Итого по содержательному модулю 2	37	9	9		19	39	1	1		37

Содержательный модуль 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти										
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	всего	В Т.Ч.				всего	В Т.Ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	5	1	1		3	4,5	0,25	0,25		4
Тема 12. Работа с внешними организациями	5	1	1		3	4,5	0	0		4,5
Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	5	1	1		3	4,5	0	0		4,5
Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	4	1	1		2	5	0	0		5
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	4	1	1		2	5	0	0		5
Тема 16. Организация издания печатной продукции	6	1	1		4	5,5	0,25	0,25		5
Итого по содержательному модулю 5	29	6	6		17	29	0,5	0,5		28

Содержательный модуль 4. Организация ПР-проектов в органах государственной власти										
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	вс	В Т.Ч.				вс	В Т.Ч.			

		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 17. PR-проекты в органах власти	5	1	1		3	4,5	0,25	0,25		4
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	5	1	1		3	4,5	0,25	0,25		4
Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	9	2	2		5	8,5	0,25	0,25		8
Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	9	2	2		5	8,5	0,25	0,25		8
Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	9	2	2		5	8,5	0,25	0,25		8
Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	9	2	2		5	8,5	0,25	0,25		8
Итого по содержательному модулю 7	46	10	10		26	43	1,5	1,5		40

Содержательный модуль 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах										
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов									
	Очная форма обучения					Заочная форма обучения				
	всего	В Т.Ч.				всего	В Т.Ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа
Тема 23. Понятие стратегического планирования	6	1	1		4	6,5	0,25	0,25		6
Тема 24. Виды и особенности планирования	5	1	1		3	6,5	0,25	0,25		6
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	5	1	1		3	6	0	0		6

Итого по содержательному модулю 8	16	3	3		10	19	0,5	0,5		18
Всего часов по модулю	144	32	32		80	144	4	4		136

5. ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1	0,25
2	Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1	0
3	Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	1	0,25
4	Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	1	0
5	Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	2	0,25
6	Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	2	0,25
7	Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	2	0,25
8	Тема 8. Организация и ведение официального сайта	1	0,25
9	Тема 9. Работа с блогами	1	0
10	Тема 10. Работа в социальных сетях	1	0
11	Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	1	0,25
12	Тема 12. Работа с внешними организациями	1	0
13	Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	1	0
14	Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	1	0
15	Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	1	0
16	Тема 16. Организация издания печатной продукции	1	0,25
17	Тема 17. PR-проекты в органах власти	1	0,25
18	Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	1	0,25
19	Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	2	0,25
20	Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	2	0,25

21	Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	2	0,25
22	Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	2	0,25
23	Тема 23. Понятие стратегического планирования	1	0,25
24	Тема 24. Виды и особенности планирования	1	0,25
25	Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	1	-
	ВСЕГО	32	4

Темы практических занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1	0,25
2	Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1	0
3	Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	1	0,25
4	Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	1	0
5	Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	2	0,25
6	Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	2	0,25
7	Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	2	0,25
8	Тема 8. Организация и ведение официального сайта	1	0,25
9	Тема 9. Работа с блогами	1	0
10	Тема 10. Работа в социальных сетях	1	0
11	Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	1	0,25
12	Тема 12. Работа с внешними организациями	1	0
13	Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	1	0
14	Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	1	0
15	Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	1	0
16	Тема 16. Организация издания печатной продукции	1	0,25
17	Тема 17. PR-проекты в органах власти	1	0,25
18	Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	1	0,25
19	Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	2	0,25
20	Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	2	0,25
21	Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	2	0,25

22	Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	2	0,25
23	Тема 23. Понятие стратегического планирования	1	0,25
24	Тема 24. Виды и особенности планирования	1	0,25
25	Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	1	-
	ВСЕГО	32	4

6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Тема 1. Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	2	3
2	Тема 2. Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	2	3,5
3	Тема 3. Место связей с общественностью в органах власти.	2	3
4	Тема 4. Структура подразделения по связям с общественностью	2	3,5
5	Тема 5. Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	2	5
6	Тема 6. Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	4	8
7	Тема 7. Противодействие негативной информации СМИ	4	6
8	Тема 8. Организация и ведение официального сайта	3	6
9	Тема 9. Работа с блогами	3	6
10	Тема 10. Работа в социальных сетях	3	6
11	Тема 11. Работа с общественностью и целевыми аудиториями	3	4
12	Тема 12. Работа с внешними организациями	3	4,5
13	Тема 13. Организация и проведение специальных мероприятий	3	4,5
14	Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	2	5
15	Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	2	5
16	Тема 16. Организация издания печатной продукции	4	5
17	Тема 17. PR-проекты в органах власти	3	4
18	Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	3	4
19	Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	5	8
20	Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	5	8
21	Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	5	8
22	Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	5	8
23	Тема 23. Понятие стратегического планирования	4	6

24	Тема 24. Виды и особенности планирования	3	6
25	Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	3	6
	ВСЕГО	80	136

7. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Укажите основные цели служб по связям с общественностью в органах власти?
3. Почему для ПР-служб в органах власти вопросы реализации информационной политики превалируют над вопросами реализации имиджевой политики?
4. Перечислите направления деятельности ПР-служб в органах власти.
5. Опишите принципы работы ПР-служб в органах власти.
6. Каковы функции деятельности ПР-служб в органах власти?
7. Опишите основные возможные варианты места ПР-служб в органах власти. Укажите позитивные и негативные стороны каждого из возможных вариантов.
8. Опишите типичный вариант стандартной структуры ПР-службы.
9. Каковы основные задачи пресс-службы в составе ПР-структуры?
10. Каковы основные задачи отдела по связям с общественностью в составе ПР-структуры?
11. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
12. Каковы основные функции информационно-аналитического отдела в составе ПР-службы?
13. Какие задачи должна решать ПР-структура органа власти для реализации информационной функции?
14. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с печатными СМИ? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в печатных СМИ и почему?
15. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с телерадиокомпаниями? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в телерадиоэфире и почему?
16. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с интернет-изданиями?
17. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.
18. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
19. Что такое искаженная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
20. Что такое фальсифицированная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
21. Что такое клеветническая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?

8. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

(образец варианта и критерии оценивания)

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Образовательная программа:	бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью
Очная форма обучения. Семестр	4
Заочная форма обучения. Год:	2
Учебная дисциплина	«Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ВАРИАНТ №1

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
3. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова
В.П. Безродный

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Номер задания	Количество баллов
1	5
2	5
3	5
Всего	15 баллов

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

(теоретические вопросы к экзамену, образец билета и критерии оценивания)

Теоретические вопросы к экзамену

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?
2. Укажите основные цели служб по связям с общественностью в органах власти?
3. Почему для ПР-служб в органах власти вопросы реализации информационной политики преобладают над вопросами реализации имиджевой политики?
4. Перечислите направления деятельности ПР-служб в органах власти.
5. Опишите принципы работы ПР-служб в органах власти.

6. Каковы функции деятельности ПР-служб в органах власти?
7. Опишите основные возможные варианты места ПР-служб в органах власти. Укажите позитивные и негативные стороны каждого из возможных вариантов.
8. Опишите типичный вариант стандартной структуры ПР-службы.
9. Каковы основные задачи пресс-службы в составе ПР-структуры?
10. Каковы основные задачи отдела по связям с общественностью в составе ПР-структуры?
11. Каковы основные функции редакционно-издательского отдела в составе ПР-службы?
12. Каковы основные функции информационно-аналитического отдела в составе ПР-службы?
13. Какие задачи должна решать ПР-структура органа власти для реализации информационной функции?
14. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с печатными СМИ? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в печатных СМИ и почему?
15. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с телерадиокомпаниями? Какие жанры наиболее предпочтительны для освещения деятельности органов власти в телерадиоэфире и почему?
16. Каковы особенности взаимодействия ПР-служб органов власти с интернет-изданиями?
17. Назовите и кратко охарактеризуйте основные виды негативной информации.
18. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
19. Что такое искаженная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
20. Что такое фальсифицированная информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
21. Что такое клеветническая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
22. Что такое официальный сайт органа власти? Каковы функции официального сайта?
23. Опишите типовую структуру официального сайта органа государственной власти. Каковы функциональные и художественные особенности официального сайта?
24. Каковы особенности работы связей с общественностью в органах власти с блогами?
25. Каковы особенности работы связей с общественностью в органах власти с соцсетями?
26. Каковы особенности работы ПР-служб в органах власти с общественностью?
27. Каковы функции ПР-отделов в работе с общественностью и основные технологии взаимодействия?
28. Опишите основные формы взаимодействия органов власти с общественными организациями?
29. Какие специальные мероприятия могут проводиться в органах власти?
30. Опишите основные этапы подготовки к проведению специальных мероприятий.
31. Опишите примерный порядок проведения торжественного мероприятия.
32. Что такое корпоративная культура в органе власти и какое значение она имеет для организации его работы?
33. Какие внутрикорпоративные мероприятия могут проводиться в органах власти?
34. Укажите основные виды издательской продукции в органах власти и поводы для их издания
35. Назовите основные этапы подготовки издательской продукции

36. Обоснуйте необходимость и значимость осуществления ПР-проектов (ПР-акций) в госучреждениях.
37. Какие типичные ПР-проектов (ПР-акции) проводятся органами власти?
38. Опишите основные этапы планирования проведения ПР-проектов (ПР-акций).
39. Что такое формула RACE, характеризующая проектный подход к реализации ПР-проектов?
40. Какие задачи решаются в ходе первого этапа – этапа исследований (*research*) в процессе проектирования ПР-деятельности?
41. Формулировка проблемы, определение внутренних и внешних факторов как этапы исследований (*research*).
42. Социологические исследования как важнейший инструмент изучения сложившейся ситуации в ходе ПР-проектирования. Качественные и количественные исследования.
43. Опишите кабинетные и полевые исследования, их основные формы и источники информации, используемые в ходе ПР-проектирования.
44. Опишите информационный и коммуникационный аудит как методы сбора информации в ходе ПР-проектирования.
45. Опишите содержание второго этапа – этапа разработки программы и сметы (*action*) ПР-проектирования.
46. Что такое стратегическое планирование? Как определяются цели и задачи при ПР-проектировании?
47. Какие подходы используются при определении целевых СМИ в ходе ПР-проектирования? Предложите форму подготовки рабочего плана при ПР-проектировании.
48. Опишите содержание третьего этапа – этапа действия и коммуникации (*communication*) ПР-проектирования. Что такое контролируемые и неконтролируемые средства коммуникации, которые используются в ходе реализации ПР-проектов? Что такое метод третьей партии?
49. Опишите содержание четвертого этапа – этапа оценки (*evaluation*) результатов реализации ПР-проектов. Количественные и качественные методы оценки эффективности.
50. Виды и особенности планирования работы ПР-подразделения.
51. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет филологический

Образовательная программа:	бакалавриат
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью
Очная форма обучения. Семестр	4
Заочная форма обучения. Год:	2
Учебная дисциплина	«Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)»

БИЛЕТ №1

1. Какими факторами обусловлена необходимость наличия служб по связям с общественностью в органах власти?

2. Что такое критическая информация и какой должна быть реакция ПР-службы органа власти на публикацию такой информации?
3. Назовите основные этапы подготовки издательской продукции.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Экзаменатор

И.М. Артамонова
В.П. Безродный

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНА

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	13
2	13
3	14
Всего	40 баллов

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа (включая выполнение СРС) оценивается в 25 баллов. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Названия содержательных модулей и тем	СРС
Содержательный модуль 1. Цели, задачи и функции связей с общественностью в государственных органах и учреждениях	
<i>Тема 1.</i> Цели и принципы деятельности связей с общественностью в органах власти	1
<i>Тема 2.</i> Функции и задачи связей с общественностью в органах власти	1
<i>Тема 3.</i> Место связей с общественностью в органах власти.	1
<i>Тема 4.</i> Структура подразделения по связям с общественностью	2
Итого по 1-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 2. Организация работы со средствами массовой информации и в интернете	
<i>Тема 5.</i> Задачи в обеспечении информационной политики госструктур	1
<i>Тема 6.</i> Особенности взаимодействия с различными видами СМИ	1
<i>Тема 7.</i> Противодействие негативной информации СМИ	1
<i>Тема 8.</i> Организация и ведение официального сайта	1
<i>Тема 9.</i> Работа с блогами	0,5
<i>Тема 10.</i> Работа в социальных сетях	0,5
Итого по 2-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 3. Организация и специфика деятельности связей с общественностью в органах государственной власти	
<i>Тема 11.</i> Работа с общественностью и целевыми аудиториями	1
<i>Тема 12.</i> Работа с внешними организациями	1
<i>Тема 13.</i> Организация и проведение специальных мероприятий	1

Тема 14. Основные понятия корпоративной культуры	0,5
Тема 15. Типичные внутрикорпоративные мероприятия и их характеристика	0,5
Тема 16. Организация издания печатной продукции	1
Итого по 3-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 4. Организации PR-проектов в органах государственной власти	
Тема 17. PR-проекты в органах власти	0,5
Тема 18. Специфика осуществления PR-проектов в органах власти	0,5
Тема 19. Первый этап (<i>research</i>): определение проблем и мониторинг социального окружения	1
Тема 20. Второй этап (<i>action</i>): разработка программы и сметы	1
Тема 21. Третий этап (<i>communication</i>): действие и коммуникация	1
Тема 22. Четвертый этап (<i>evaluation</i>): оценка	1
Итого по 4-му содержательному модулю	5
Содержательный модуль 5. Планирование и аналитическая деятельность связей с общественностью в государственных структурах	
Тема 23. Понятие стратегического планирования	1,5
Тема 24. Виды и особенности планирования	1,5
Тема 25. Основные аспекты аналитической работы отдела по связям с общественностью	2
Итого по 5-му содержательному модулю	5
ВСЕГО	25

13. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в	4
	Самостоятельная работа	5
	Итого	9
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в	4
	Самостоятельная работа	5
	Итого	9
Содержательный модуль 3	Организационно-учебная работа студента в	4
	Самостоятельная работа	5
	Модульная контрольная работа	15
	Итого	24
Содержательный модуль 4	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	5
	Итого	10
Содержательный модуль 5	Организационно-учебная работа студента в	3
	Самостоятельная работа	5
	Итого	8
Экзамен		40
Общий итог		100

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

14. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Технологии связей с общественностью (Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления)», размещенные на официальном сайте университета и личных интернет-ресурсах преподавателя.

15. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Козлов, С. В. Связи с общественностью в органах власти : учеб. пособие / С. В. Козлов ; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. — Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2014. — 198 с.		+
2.	Марков А.А. Связи с общественностью в органах власти. Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 190 с.		+
3.	Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учеб. / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — М. : ИНФРА-М, 2013. — С. 212—320.		+

4.	Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г.А. Борщевский. – М. : Изд-во Юрайт, 2019. – 267 с.		+
5.	Васильева, М. М. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.]. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 495 с.		+
<i>Дополнительная литература</i>			
6.	Подобед, Д.А. Пресс-служба. Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие / Д.А. Подобед, А.О. Катыкало, Д.А. Боброва; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д, 2016. – 139 с.		+
7.	<u>Чашихин</u> , Б.Д. Связи с общественностью в органах власти: учебник / Б.Д. Чашихин. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 267 с.		+

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

(с указанием названия и полного электронного адреса)

Юрайт. Образовательная платформа. <https://urait.ru>

ЛитРес. <https://www.litres.ru>

Cyberleninka. <https://cyberleninka.ru>

Электронная библиотека bookz.ru. <https://bookz.ru>

17. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании _____
с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «_____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании _____
с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «_____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____