

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет  
Кафедра международного бизнеса и делового администрирования



П.А. Машаров

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ GR-КАМПАНИЙ»

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа	GR-Менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная

Рабочая программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Технологии GR-кампаний» для обучающихся по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление (Магистерская программа: GR-Менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1000, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

доцент кафедры международного бизнеса  
и делового администрирования,  
канд. экон. наук, доцент

Т. В. Костина

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры международного бизнеса  
и делового администрирования  
Протокол от 26.03.2024 г. № 9

Заведующий кафедрой

О.Л. Некрасова

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета  
28.03.2024 г.

Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета  
Протокол от 27.03.2024 г. № 7  
Председатель

Е. Н. Стрелина

Руководитель основной профессиональной  
образовательной программы,  
д-р экон. наук, доцент  
26.03.2024 г.

О.Л. Некрасова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:**

дисциплины программы магистратуры: «GR-менеджмент».

**1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:**

«Медиация и переговоры в сфере GR», «Политический менеджмент»; производственная практика: научно-исследовательская работа (рассредоточенная); учебная практика: научно-исследовательская практика; выпускная квалификационная работа.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.04.04 Государственное и муниципальное управление (Магистерская программа: GR-менеджмент. Взаимодействие бизнеса и органов власти)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ДВ.2.1 «Технологии GR-компаний»
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор обучающегося
Количество зачетных единиц / всего часов	2 / 72

### 2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекци-онных	лабора-торных	практи-ческих	самостоя-тельной работы + контроль	всего	
Очная	1	2	13	-	13	46	72	экзамен

## 3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

На основе теоретической и практической подготовки формирование системы знаний, практических умений и навыков по использованию в работе состоит в определении базовых понятий GR и лоббизма, основных GR-технологий и технологий лоббистской деятельности, особенностей профессиональной работы в условиях развития социальных медиа; умении выделять основные субъекты и объекты GR, овладении навыками планирования и организации мероприятий в области связей с общественностью, управлении деятельностью в сфере профессиональных компетенций GR-специалиста.

## 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

### 4.1. Компетенции

ПК-4. Способен осуществлять организацию взаимодействия с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами), консультирование государственных, некоммерческих и хозяйственных организаций.

ПК-6. Способен к разработке и использованию GR-технологий и инструментов работы с органами государственной власти на федеральном и региональном уровнях, контролю за соблюдением требований и процедур.

#### 4.2. Индикаторы компетенций

Профессиональные компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
<b>ПК-4.</b> Способен осуществлять организацию взаимодействия с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами), консультирование государственных, некоммерческих и хозяйственных организаций.	<b>ПК-4.1.</b> Осуществляет организацию взаимодействия с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами) в рамках применения технологий GR-технологий	<b>ПК-4.1.1.</b> Знает способы взаимодействия с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами) в рамках применения технологий GR-технологий
		<b>ПК-4.1.2.</b> Умеет применять способы взаимодействия с внешней средой (другими государственными и муниципальными органами, организациями, гражданами) в рамках применения технологий GR-технологий
<b>ПК-6.</b> Способен к разработке и использованию GR-технологий и инструментов работы с органами государственной власти на федеральном и региональном уровнях, контролю за соблюдением требований и процедур.	<b>ПК-6.1.</b> Разрабатывает и использует GR-технологии и инструменты работы с органами государственной власти на федеральном и региональном уровнях	<b>ПК-6.1.1.</b> Знает методы разработки и использования GR-технологий и инструментов работы с органами государственной власти на федеральном и региональном уровнях
		<b>ПК-6.1.2.</b> Умеет применять на практике методы разработки и использования GR-технологий и инструментов работы с органами государственной власти на федеральном и региональном уровнях

#### 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Краткое содержание темы
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1.</b> <b>«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА GOVERNMENT RELATIONS (GR)»</b>	
<b>Тема 1.</b> Теория GR: основные понятия и концепции	1.Понятие «Government Relations». 2.Субъекты и объекты GR. 3.Методология исследования GR и лоббизма. 4.Профессиональные навыки, качества и знания GR-специалиста.
<b>Тема 2.</b> Технологические субъекты GR	1.GR-департамент. Организационная структура и функции. 2.Консалтинговая компания. Типовые задачи, цикл и функции GR-консалтинга. 3.Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-менеджеров
<b>Тема 3.</b> Этика GR и лоббизма	1.Этика, мораль и нравственность: определение базовых понятий. 2.Этика лоббизма и government relations как вид профессиональной этики. 3.Общественное благо как нравственное основание GR и лоббизма. 4.Кодексы профессионального поведения. Проблема реализации этических норм

Темы	Краткое содержание темы
<b>Тема 4.</b> Основные GR-технологии	1.Основные этапы GR-деятельности. 2.Прямое взаимодействие с органами государственной власти. 3.Воздействие на лиц, принимающих решения, через экспертное сообщество. 4.Корпоративная социальная ответственность. 5.Поддержка политической деятельности. 6.Неэтичные GR-технологии: astroturfing, greenwashing, sockpuppeting
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2. «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА GR-ТЕХНОЛОГИЙ И ЛОББИЗМА»</b>	
<b>Тема 5*.</b> Стратегии и модели использования СМИ в GR	1.Роль информации в принятии решений, проблема асимметричного распространения информации. 2.СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния. 3.Медиастратегии в GR-деятельности. 4.Информационная политика в GR-коммуникациях. 5.Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации. 6.Инструменты и способы создания новостного повода
<b>Тема 6.</b> GR-коммуникации в современной интернет-среде	1.Возможности GR-коммуникаций в Интернете. 2.Веб 2.0 и социальные медиа: основные характеристики и функции. 3.GR-технологии в эпоху социальных сетей. 4.Риски и перспективы онлайн-коммуникаций
<b>Тема 7.</b> Теория лоббизма	1.Основные понятия и концепции. 2.Группы интересов и лоббизм. 3.Понятие лоббизма: основные традиции определения. 4.Структура лоббистских отношений. Типология лоббизма. 5.Основные технологии лоббирования. 6.Основные модели отношения к лоббизму
<b>Тема 8*.</b> Законодательный лоббизм в России	1.Объекты законодательного лоббизма в Российской Федерации. 2.Современные аспекты законодательного лоббизма. 3.Другие возможности лоббизма в парламенте РФ

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования содержательных модулей и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1. «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА GOVERNMENT RELATIONS (GR)»</b>					
<b>Тема 1.</b> Теория GR: основные понятия и концепции	1		1	7	9
<b>Тема 2.</b> Технологические субъекты GR	1		1	7	9
<b>Тема 3.</b> Этика GR и лоббизма	1		1	7	9
<b>Тема 4.</b> Основные GR-технологии	2		2	5	9
<b>Итого по 1 содержательному модулю</b>	<b>5</b>		<b>5</b>	<b>26</b>	<b>36</b>
<b>СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2. «ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОББИЗМА ЗА РУБЕЖОМ»</b>					
<b>Тема 5*.</b> Стратегии и модели использования СМИ в GR	2		2	5	9
<b>Тема 6.</b> GR-коммуникации в современной интернет-среде	2		2	5	9
<b>Тема 7.</b> Теория лоббизма	2		2	5	9
<b>Тема 8*.</b> Законодательный лоббизм в России	2		2	5	9
<b>Итого по 2 содержательному модулю</b>	<b>8</b>		<b>8</b>	<b>20</b>	<b>36</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>13</b>		<b>13</b>	<b>46</b>	<b>72</b>

## **7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **7.1. Контрольные вопросы**

#### **СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1.**

##### **«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА GOVERNMENT RELATIONS (GR)»**

1. Понятие «Government Relations».
2. Субъекты и объекты GR.
3. Методология исследования GR и лоббизма.
4. Профессиональные навыки, качества и знания GR-специалиста.
5. GR-департамент. Организационная структура и функции. 2.Консалтинговая компания. Типовые задачи, цикл и функции GR-консалтинга.
6. Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-менеджеров
7. Этика, мораль и нравственность: определение базовых понятий.
8. Этика лоббизма и government relations как вид профессиональной этики.
9. Общественное благо как нравственное основание GR и лоббизма.
10. Кодексы профессионального поведения. Проблема реализации этических норм
11. Основные этапы GR-деятельности.
12. Прямое взаимодействие с органами государственной власти.
13. Воздействие на лиц, принимающих решения, через экспертное сообщество.
14. Корпоративная социальная ответственность.
15. Поддержка политической деятельности.
16. Неэтичные GR-технологии: astroturfing, greenwashing, sockpuppeting

#### **СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2.**

##### **«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА GR-ТЕХНОЛОГИЙ И ЛОББИЗМА»**

17. Роль информации в принятии решений, проблема асимметричного распространения информации.
18. СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния.
19. Медиастратегии в GR-деятельности.
20. Информационная политика в GR-коммуникациях. 5.Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации. 6.Инструменты и способы создания новостного повода
21. Роль информации в принятии решений, проблема асимметричного распространения информации.
22. СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния.
23. Медиастратегии в GR-деятельности.
24. Информационная политика в GR-коммуникациях.
25. Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации.
26. Инструменты и способы создания новостного повода
27. Возможности GR-коммуникаций в Интернете.
28. Веб 2.0 и социальные медиа: основные характеристики и функции.
29. GR-технологии в эпоху социальных сетей.
30. Риски и перспективы онлайн-коммуникаций
31. Основные понятия и концепции.
32. Группы интересов и лоббизм.
33. Понятие лоббизма: основные традиции определения.
34. Структура лоббистских отношений. Типология лоббизма.
35. Основные технологии лоббирования.
36. Основные модели отношения к лоббизму

37. Объекты законодательного лоббизма в Российской Федерации.  
 38. Современные аспекты законодательного лоббизма.

## 7.2. Темы докладов (рефератов)

Не предусмотрены программой дисциплины

## 7.3. Темы письменных работ (типы задач)

Модульная контрольная работа проводится в виде ответов на теоретические вопросы и тестирования. Пример задания модульной контрольной работы приведен ниже.

Донецкий государственный университет

Экономический факультет

Кафедра международного бизнеса и делового администрирования

Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа	GR-менеджмент.
Форма обучения	Взаимодействие бизнеса и органов власти)
Семестр	Очная
Дисциплина	Второй
	Технологии GR-кампаний

## МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

### Вариант № n

#### 1. Теоретическое задание.

Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации.

#### 2. Практическое задание.

1. Стратегия использования средств массовой информации (СМИ) в GR-проекте, основанная на регулярной работе со СМИ с учетом интересов СМИ через построение доверительного и доброжелательного взаимодействия по вопросам обмена и предоставления информации – это.....стратегия

Напишите ответ

2. Расположите понятия в порядке расширения объема функций, входящих в соответствующий вид деятельности (от самого широкого до самого узкого)

- А) PA (Public Affairs)
- Б) GR (Government Relations)
- В) Лоббизм
- Г) Переговоры

3. Стратегия использования средств массовой информации в GR-проекте, основанная на широком применении исследовательских методов для определения востребованной информации, прогнозирования и формирования реакции общественности в интересах компании – это.....стратегия

Напишите ответ

4. Принцип профессиональной этики лоббистов, предполагающий обязанность сообщать информацию полно и точно, своевременно и без искажений уведомляя о возможных изменениях ситуации, быть открытым в отношениях с клиентом – это принцип....

- А) Законопослушности
- Б) Клиенто ориентированности

В) Профессионализма

Г) Честности

5. Конкретные люди во властных структурах, которые являются конечными целевыми получателями сообщения, распространяемого через средства массовой информации в рамках медиа стратегии для целей GR, являются.....целевой аудиторией

А) Избыточной

Б) Массовой

В) Прямой

Г) Косвенной

6. Конфликт интересов — это ситуация, при которой

А) Имеет место несовпадение точек зрения работника и его руководителя по поводу выполнения должностных обязанностей

Б) Имеет место личная неприязнь между работником и его руководителем подчиненным, коллегой

В) Личная заинтересованность лица влияет или может повлиять на выполнение или невыполнение им своих должностных обязанностей

Г) Должностное лицо не заинтересовано в эффективной и результативной работе своего государственного органа

7. Совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств, реализующая функции повседневного сбора, обработки и распространения сообщений массовой аудитории это

А) Средства массовой информации

Б) Пресса

В) Интернете

Г) Информационное агентство

8. Внешний контроль за соблюдением профессионально-этических норм лоббистов основывается на этических.....и правилах, за невыполнение которых специалисты несут ответственность, т.е. имеет место механизм надзора и расследований

Напишите ответ

9. Мировой фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) присваивается компаниям на основе отчетов, подготовленных в соответствии с таким международным стандартом, как

А) Международный стандарт социальной ответственности (ISO 26000)

Б) Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS)

В) Стандарт учета в области устойчивого развития (SASB)

Г) Глобальная инициатива по отчетности (GRI)

10. Лоббисты и лоббистские фирмы в США и Евросоюзе обязаны регистрироваться:

А) Министерстве юстиции своей страны

Б) Федеральных органах государственной власти своей страны

В) Верховном суде своей страны

Г) Том органе власти, при котором они действуют

### **Критерии оценивания модульной контрольной работы**

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 20 баллов.

Номер задания	Количество баллов
1	10
2	10
<b>Всего</b>	<b>20</b>



#### 7.4. Образец содержания экзаменационного билета (при наличии экзамена по дисциплине)

Донецкий государственный университет  
Экономический факультет  
Кафедра международного бизнеса и делового администрирования

Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Магистерская программа	GR-менеджмент.
Форма обучения	Взаимодействие бизнеса и органов власти)
Семестр	Очная
Дисциплина	Второй
	Технологии GR-кампаний

Билет № n

#### 2. *Теоретическое задание.*

1. Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации.

2. GR-технологии в эпоху социальных сетей.

#### 2. *Практическое задание.*

1. *Стратегия использования средств массовой информации (СМИ) в GR-проекте, основанная на регулярной работе со СМИ с учетом интересов СМИ через построение доверительного и доброжелательного взаимодействия по вопросам обмена и предоставления информации – это.....стратегия*

Напишите ответ

2. *Расположите понятия в порядке расширения объема функций, входящих в соответствующий вид деятельности (от самого широкого до самого узкого)*

А) РА (Public Affairs)

Б) GR (Government Relations)

В) Лоббизм

Г) Переговоры

3. *Стратегия использования средств массовой информации в GR-проекте, основанная на широком применении исследовательских методов для определения востребованной информации, прогнозирования и формирования реакции общественности в интересах компании – это.....стратегия*

Напишите ответ

4. *Принцип профессиональной этики лоббистов, предполагающий обязанность сообщать информацию полно и точно, своевременно и без искажений уведомляя о возможных изменениях ситуации, быть открытым в отношениях с клиентом – это принцип.....*

А) Законопослушности

Б) Клиенто ориентированности

В) Профессионализма

Г) Честности

5. *Конкретные люди во властных структурах, которые являются конечными целевыми получателями сообщения, распространяемого через средства массовой информации в рамках медиа стратегии для целей GR, являются.....целевой аудиторией*

А) Избыточной

Б) Массовой

В) Прямой

Г) Косвенной

6. Конфликт интересов - это ситуация, при которой

А) Имеет место несовпадение точек зрения работника и его руководителя по поводу выполнения должностных обязанностей

Б) Имеет место личная неприязнь между работником и его руководителем подчиненным, коллегой

В) Личная заинтересованность лица влияет или может повлиять на выполнение или невыполнение им своих должностных обязанностей

Г) Должностное лицо не заинтересовано в эффективной и результативной работе своего государственного органа

7. Совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств, реализующая функции повседневного сбора, обработки и распространения сообщений массовой аудитории это

А) Средства массовой информации

Б) Пресса

В) Интернете

Г) Информационное агентство

8. Внешний контроль за соблюдением профессионально-этических норм лоббистов основывается на этических.....и правилах, за невыполнение которых специалисты несут ответственность, т.е. имеет место механизм надзора и расследований

Напишите ответ

9. Мировой фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) присваивается компаниям на основе отчетов, подготовленных в соответствии с таким международным стандартом, как

А) Международный стандарт социальной ответственности (ISO 26000)

Б) Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS)

В) Стандарт учета в области устойчивого развития (SASB)

Г) Глобальная инициатива по отчетности (GRI)

10. Лоббисты и лоббистские фирмы в США и Евросоюзе обязаны регистрироваться:

А) Министерстве юстиции своей страны

Б) Федеральных органах государственной власти своей страны

В) Верховном суде своей страны

Г) Том органе власти, при котором они действуют

## КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО ЗАДАНИЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 40 баллов.

Номер задания	Количество баллов
1	20
2	20
<b>Всего</b>	<b>40</b>

## 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий,

своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	Модульная контрольная работа	20
	<b>Итого</b>	<b>40</b>
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная работа	15
	<b>Итого</b>	<b>20</b>
<b>Экзамен</b>		<b>40</b>
<b>Общий итог</b>		<b>100</b>

Соответствие баллов оценке

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

## 9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

23. для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

24. для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

25. для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;

2) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

Учебные занятия проводятся в 7-м и 5-м корпусах ДонГУ (г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186; 189б). Для проведения лабораторных 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 в учебно-методическом кабинете 7-го корпуса (ауд.103).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

*Дистанционно материал по курсу «Технологии GR-кампаний» для студентов направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, магистерской программы «GR-менеджмент: взаимодействие бизнеса и органов власти» доступен в **Облако сервиса mail.ru Костиной Т.В.** Папка «Технологии GR-кампаний»: Режим доступа: URL: <https://cloud.mail.ru/public/nwaf/KWpTjxVT7>.*

## 11. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 11.1. Основная литература

1. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 438 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14000-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536278>.
2. Государственный PR и Government Relations в России и Беларуси: основные тенденции / под ред. В.В. Грибанова, И.В. Сидорской, И.А. Быкова. – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2015. – 218 с.
3. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>.

### 11.2. Дополнительная литература

2. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847>.
3. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 260 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>.
4. Яшин Б. Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие для учащихся высших учебных заведений. — Изд. 2-е, стер. / Б.Л. Яшин. - Москва : Директ-Медиа, 2019. - 245 с. - ISBN 978-5-4499-0130-9. - URL: <http://m.ibooks.ru/bookshelf/389796/reading> (дата обращения: 29.05.2024).

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000 – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

### 13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).