

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

## **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 41.03.04 – Политология  
Направленность «Государственная политика и управление;  
политический менеджмент»

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2020

*СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ*

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

д-р пед. наук, доц. *В.В. Волкова*

Ответственный редактор

д-р филос. н., проф. *С.В. Клягин*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории и практики общественных связей

№ 1 от 31.08.2020 г.

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

- 1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)
- 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (*модулю*)
- 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины (*модуля*)**

### **3. Содержание дисциплины (*модуля*)**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

- 5.1. Система оценивания
- 5.2. Критерии выставления оценок
- 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

- 6.1. Список источников и литературы
- 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

### **9. Методические материалы**

- 9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
- 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ
- 9.3. Иные материалы

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

*Цель* дисциплины – овладение основными принципами, формами и методами деятельности по связям с общественностью как средства социально-политической и производственной коммуникации.

*Задачи:* сформировать представление о функциях, задачах и сферах применения связей с общественностью; ознакомить с требованиями к профессиональной деятельности по связям с общественностью; изучить принципы организации и специфику работы PR-подразделений в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях; отработать технологии построения и управления коммуникациями организации.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3	Владение методиками социологического, политологического и политико-психологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, составления библиографических обзоров, рефератов, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы	Знать: сущность политического PR, технологии и модели формирования политического имиджа. Уметь: разрабатывать основные внешние и внутренние PR-документы, создавать информационных повод, оценивать эффективность PR-кампании. Владеть: Владеть навыками разработки PR-кампании, технологиями и техниками политического, антикризисного PR.

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к вариативной части учебного плана (дисциплина по выбору).

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Основы толерантности», «Социология», «Методы политических исследований».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Политические идеологии», «Политическая психология», «Связи с общественностью», «Межкультурная коммуникация», «Политическая имиджелогия», «Политический PR и реклама», «Политическая коммуникация», «Политический менеджмент», «Теория и практики информационных войн», «Политический маркетинг».

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Раздел 1. Введение в связи с общественностью	II	6	4				10	
2	Раздел 2. Разработка PR-кампании	II	6	4				12	Текущая аттестация: отчет, презентация
3	Раздел 3. Виды PR. Политический PR	II	6	2				12	
	Зачёт	II						10	Зачет по билетам
	итого:		18	10				44	

## 3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
<b>1.</b>	<b><i>Раздел 1. Введение в связи с общественностью.</i></b>	
<b>1.1.</b>	<b><i>История возникновения и развития PR в России и за рубежом.</i></b>	Предыстория PR. Из истории отечественного PR. Пять этапов развития современного PR. Специфика развития российского PR. Эволюция моделей PR-структур. PR в структуре организации. Соотношение PR и других видов социальных коммуникаций. Основные понятия и термины.
<b>1.2.</b>	<b><i>Позиционирование в PR.</i></b>	Понятие и его содержание. Приемы позиционирования. Понятие корпоративного позиционирования. Этапы корпоративного позиционирования. Корпоративный имидж. Модели формирования корпоративного имиджа. Внутренние PR-документы (PR-концепция, PR-программа, PR-бюджет). Внешние PR-документы (пресс-релиз, информационное письмо, биография, заявления для прессы, пресс-кит, занимательная статья,

		интервью, годовой отчет, брошюры, флаеры).
<b>2.</b>	<b><i>Раздел 2. Разработка PR-кампании.</i></b>	
<b>2.1.</b>	<b><i>Специфика разработки PR-кампании.</i></b>	План PR-кампании. Создание информационных поводов. Исследования в PR. Оценка эффективности PR-кампании. Внутрикorporативный PR. Формальные внутрикorporативные коммуникации. Неформальные внутрикorporативные коммуникации.
<b>2.2.</b>	<b><i>Регулирование PR-деятельности.</i></b>	Формы регулирования PR-деятельности. Национальные и международные организации в области PR. Основные требования, предъявляемые к специалистам по PR. Этика PR: основные документы и принципы.
<b>3.</b>	<b><i>Раздел 3. Виды PR.</i></b>	
<b>3.1.</b>	<b><i>Классификации видов PR и их общая характеристика.</i></b>	Виды PR с точки зрения подачи информации: белый, черный, серый, зеленый, коричневый и др. Виды PR с точки зрения объекта воздействия: государственный, экономический, политический. Антикризисный PR.
<b>3.2.</b>	<b><i>Политический PR.</i></b>	Общая характеристика политического имиджа. Этнопсихологические особенности политического имиджа. Мифотворчество и имидж политической партии. Имидж лидера.
<b>3.3.</b>	<b><i>Модели и технологии формирования политического имиджа.</i></b>	Характеристика психологических технологий формирования политического имиджа. Характеристика психологических моделей формирования политического имиджа.

#### 4. Образовательные технологии

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Образовательные и информационные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>5</i>
1.	Раздел 1. Введение в связи с общественностью	Лекция 1 (2ч.). История возникновения и развития PR в России и за рубежом.  Лекция 2 (2ч.). Позиционирование в PR.  Семинар 1 (4ч.). Позиционирование в PR.  Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов  Бинарная лекция с применением слайд-проектора  Составление интеллект-карт с последующим обсуждением  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Раздел 2. Разработка PR-кампании	Лекция 3 (4ч.). Специфика разработки PR-кампании.  Лекция 4 (2ч.). Регулирование PR-деятельности.  Семинар 2 (4ч.). Специфика разработки PR-кампании.  Самостоятельная работа	Бинарная лекция с применением слайд-проектора  Проблемная лекция с применением слайд-проектора  Разработка проекта с последующей презентацией  Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
3.	Раздел 3. Виды PR. Политический	Лекция 5 (2ч.). Классификации видов PR и их общая характеристика  Лекция 6 (2ч.). Политический PR.  Лекция 7 (2ч.). Модели и технологии формирования политического имиджа.  Семинар 3 (4ч.). Модели и технологии формирования политического имиджа.  Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора  Проблемная лекция с применением слайд-проектора  Лекция-визуализация с применением слайд-проектора  Разработка проекта с последующей презентацией  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - <i>опрос</i> - <i>участие в дискуссии на семинаре</i> - <i>отчет по проекту с презентацией (раздел 1-2)</i> -	2 баллов 3 баллов 25 баллов	14 баллов 21 баллов 25 баллов
Промежуточная аттестация (зачет по билетам)		40 баллов
<b>Итого за дисциплину (зачёт)</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

### 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с</p>



Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>учётom результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной</p>

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
		<p>литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### **5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **Текущая аттестация**

При оценивании отчета по проекту с презентацией учитывается:

- полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 5-10 баллов;
- обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 5-10 баллов;
- работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность – 9-10 баллов.

#### **Промежуточная аттестация**

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Связи с общественностью» предусмотрена промежуточная аттестация в виде зачета.

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 2 вопроса (один вопрос теоретического характера и один вопрос практического характера).

#### **Перечень вопросов для промежуточной аттестации**

1. Предпосылки возникновения PR.
2. Специфика развития российского PR.
3. Эволюция моделей PR-структур.
4. PR в структуре организации.
5. Соотношение PR и других видов социальных коммуникаций.
6. Понятие «позиционирование» и его содержание. Приемы позиционирования.
7. Понятие корпоративного позиционирования. Этапы корпоративного позиционирования.
8. Корпоративный имидж. Модели формирования корпоративного имиджа.
9. Внутренние PR-документы (PR-концепция, PR-программа, PR-бюджет).
10. Внешние PR-документы (пресс-релиз, информационное письмо, биография, заявления для прессы, пресс-кит, занимательная статья, интервью, годовой отчет, брошюры, флаеры).
11. Специфика подготовки и проведения PR-кампании.
12. Внутрикorporативный PR. Формальные внутрикorporативные коммуникации. Неформальные внутрикorporативные коммуникации.
13. Формы регулирования PR-деятельности.
14. Национальные и международные организации в области PR.
15. Основные требования, предъявляемые к специалистам по PR.
16. Этика PR: основные документы и принципы.

17. Виды PR с точки зрения подачи информации: белый, черный, серый, зеленый, коричневый и др.
18. Виды PR с точки зрения объекта воздействия: государственный, экономический, политический.
19. Антикризисный PR.
20. Общая характеристика политического имиджа.
21. Этнопсихологические особенности политического имиджа.
22. Мифотворчество и имидж политической партии.
23. Имидж лидера.
24. Характеристика психологических технологий формирования политического имиджа.
25. Характеристика психологических моделей формирования политического имиджа.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

#### ***Основная литература:***

1. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038972>
2. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
3. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368021>
4. Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике/ Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523515>
5. Осипова Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства/ Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523516>
6. Хорольский, В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2015. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1036965>

#### ***Дополнительная литература:***

1. Бердников И.П. PR-коммуникации: практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2015. – 208 с.
2. Василенко И.А., Василенко Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебник.- М.: КНОРУС, 2016. – 232 с.

#### ***Рекомендуемая литература:***

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: Учебник. – М.: Экмос, 2002.
2. Анохин М.Г., Валовая М.Д., Горохов В.М., и др. Связи с общественностью в политике и государственном управлении./Под общ. ред. В.С.Комаровского. – М.: Изд-во РАГС, 2001.
3. Бинецкий А.Э. Паблик рилейшнз: защита интересов и репутации бизнеса: Учебно-практическое пособие. – М.: Экмос, 2003.

4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. – М.: Фаир-Пресс, 2001.
5. Бортник Е.М., Коротков Э.М., Никитаева А.Ю. Управление связями с общественностью: Учебное пособие. – М.: ФБК-Пресс, 2002.
6. Василенко И. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт. – М., 2003.
7. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Гардарики, 2003.
8. Ганжин В.Т. Паблик рилейшнз. Что это значит? Введение в средоведческую коммуникатологию. Учебное пособие. – М.: Изд-во МНЭПУ, 1998.
9. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. – М, 2005. Гл.6; 7.
10. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – М.: КДУ, 2003.
11. Демин Ю.М. Бизнес-PR. – М.: Бератор-Пресс, 2003.
12. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. – СПб.: Питер, 2006.
13. Кондратьев Э.В. Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2003.
14. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000.
15. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2002.
16. Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: История, теория, практика. – М., 2001.
17. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. – М., 2002.
18. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учебное пособие. – 2-е изд. – М: Вузовский учебник, 2008.
19. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М., 1999.
20. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. – М.: Логос, 2002.
21. Пищулин Н.П., Пищулин С.Н., Бетуганов А.А. Социальное управление: теория и практика. В 2 т. – М.: Академкнига, 2003.
22. Пономарёв Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. – СПб.: Питер, 2008.
23. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002.
24. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
25. Светульников С. Методы маркетинговых исследований. – М.: ДНК, 2003.
26. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. – М.: Академический проект, 2009.
27. Связи с общественностью в политике и государственном управлении/ Под ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001.
28. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
29. Ситников А.П. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М.: Инфра-М, 2002.
30. Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
31. Тульчинский Г.Л. Специальные события и общественные мероприятия. – СПб.: Справочники Петербурга, 2006.
32. Тульчинский Г.Л. PR-фирмы: технология и эффективность. – СПб.: Алетейя, 2001.
33. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. М.: Дело, 2006.
34. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.

35. Яковлев И.П. Паблик Рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
36. Яхонтова Е.С. Эффективные технологии управления персоналом. – СПб.: Питер, 2003.

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // [www.soob.ru](http://www.soob.ru)
3. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // [www.pr-dialog.ru](http://www.pr-dialog.ru)
4. Информационно-аналитическая газета «PR-News» // [www.pr-news.ru](http://www.pr-news.ru)
5. Справочно-информационное WEB-издание «PR-info» // [www.prinfo.webzone.ru](http://www.prinfo.webzone.ru)
6. Сервер корпоративных пресс-релизов «PR News» // [www.prnews.ru](http://www.prnews.ru)

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе проведения лекционных, семинарских и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран.

Кроме технических средств используется и прикладное программное обеспечение (Microsoft Word и Power Point версии не ниже 2003 года), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к семинарам.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

### Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС)

#### 1. Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
8	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
9	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
10	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
11	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

#### 2. Перечень БД и ИСС

№п	Наименование
----	--------------

/п	
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

## 8. 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:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 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 со специализированным программным обеспечением;
  - 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.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

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:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских занятий**

#### **Семинар 1 (4 ч.). Позиционирование в PR.**

##### **Учебные вопросы.**

1. Понятие «позиционирование» и его содержание. Приемы позиционирования.
2. Понятие корпоративного позиционирования. Этапы корпоративного позиционирования.
3. Корпоративный имидж. Модели формирования корпоративного имиджа.
4. Внутренние PR-документы (PR-концепция, PR-программа, PR-бюджет).
5. Внешние PR-документы (пресс-релиз, информационное письмо, биография, заявления для прессы, пресс-кит, занимательная статья, интервью, годовой отчет, брошюры, флаеры).

##### **Литература:**

###### **Основная литература:**

1. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038972>
2. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
3. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368021>
4. Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике/ Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523515>
5. Осипова Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства/ Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523516>
6. Хорольский, В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2015. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1036965>

###### **Дополнительная литература:**

1. Бердников И.П. PR-коммуникации: практическое пособие. — М.: Дашков и К, 2015. — 208 с.
2. Василенко И.А., Василенко Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебник.- М.: КНОРУС, 2016. — 232 с.

###### **Рекомендуемая литература:**

1. Ганжин В.Т. Паблик рилейшнз. Что это значит? Введение в средоведческую коммуникатологию. Учебное пособие. — М.: Изд-во МНЭПУ, 1998.
2. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. — СПб.: Питер, 2006.
3. Кондратьев Э.В. Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. — М.: Академический проект, 2003.
4. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000.
5. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учебное пособие. — 2-е изд. — М: Вузовский учебник, 2008.



6. Пономарёв Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. – СПб.: Питер, 2008.
7. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
8. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. – М.: Академический проект, 2009.
9. Связи с общественностью в политике и государственном управлении/ Под ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001.
10. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
11. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. М.: Дело, 2006.
12. Ситников А.П. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М.: Инфра-М, 2002.
13. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
14. Яковлев И.П. Паблик Рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.

#### ***Интернет-ресурсы:***

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // [www.soob.ru](http://www.soob.ru)
3. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // [www.pr-dialog.ru](http://www.pr-dialog.ru)

#### ***Материально-техническое обеспечение***

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

### **Семинар 2 (4 ч.). Специфика разработки PR-кампании.**

#### **Учебные вопросы.**

1. План PR-кампании.
2. Создание информационных поводов.
3. Исследования в PR.
4. Оценка эффективности PR-кампании.
5. Внутрикorporативный PR.
6. Формальные внутрикorporативные коммуникации.
7. Неформальные внутрикorporативные коммуникации.

#### **Литература:**

##### ***Основная литература:***

1. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038972>
2. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
3. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368021>

4. Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике/ Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523515>
5. Осипова Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства/ Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523516>
6. Хорольский, В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2015. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1036965>

#### ***Дополнительная литература:***

1. Бердников И.П. PR-коммуникации: практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2015. – 208 с.
2. Василенко И.А., Василенко Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебник.- М.: КНОРУС, 2016. – 232 с.

#### ***Рекомендуемая литература:***

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: Учебник. – М.: Экмос, 2002.
2. Анохин М.Г., Валовая М.Д., Горохов В.М., и др. Связи с общественностью в политике и государственном управлении./Под общ. ред. В.С.Комаровского. – М.: Изд-во РАГС, 2001.
3. Бинецкий А.Э. Паблик рилейшнз: защита интересов и репутации бизнеса: Учебно-практическое пособие. – М.: Экмос, 2003.
4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. – М.: Фаир-Пресс, 2001.
5. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – М.: КДУ, 2003.
6. Демин Ю.М. Бизнес-PR. – М.: Бератор-Пресс, 2003.
7. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. – СПб.: Питер, 2006.
8. Кондратьев Э.В. Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. – М.: Академический проект, 2003.
9. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000.
10. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учебное пособие. – 2-е изд. – М: Вузовский учебник, 2008.
11. Пономарёв Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. – СПб.: Питер, 2008.
12. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
13. Светульников С. Методы маркетинговых исследований. – М.: ДНК, 2003.
14. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. – М.: Академический проект, 2009.
15. Связи с общественностью в политике и государственном управлении/ Под ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001.
16. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
17. Тульчинский Г.Л. PR-фирмы: технология и эффективность. – СПб.: Алетейя, 2001.
18. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. М.: Дело, 2006.
19. Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.
20. Яковлев И.П. Паблик Рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999.

#### ***Интернет-ресурсы:***

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)

2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // [www.soob.ru](http://www.soob.ru)
3. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // [www.pr-dialog.ru](http://www.pr-dialog.ru)

### **Материально-техническое обеспечение**

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

### **Семинар 3 (4 ч.). Модели и технологии формирования политического имиджа.**

#### **Учебные вопросы.**

1. Общая характеристика политического имиджа.
2. Этнопсихологические особенности политического имиджа.
3. Мифотворчество и имидж политической партии.
4. Имидж лидера.
5. Характеристика психологических технологий формирования политического имиджа.
6. Характеристика психологических моделей формирования политического имиджа.

#### **Литература:**

##### **Основная литература:**

1. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038972>
2. История связей с общественностью: Учебное пособие / Е.Н. Бузни. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0347-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/406724>
3. Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60х88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/368021>
4. Осипова Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике/ Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523515>
5. Осипова Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства/ Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523516>
6. Хорольский, В.В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации: монография / В.В. Хорольский. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2015. - 243 с. - ISBN 978-5-9765-2468-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1036965>

##### **Дополнительная литература:**

1. Бердников И.П. PR-коммуникации: практическое пособие. — М.: Дашков и К, 2015. — 208 с.
2. Василенко И.А., Василенко Е.В. Связи с общественностью в органах власти: учебник.- М.: КНОРУС, 2016. — 232 с.

##### **Рекомендуемая литература:**

1. Анохин М.Г., Валовая М.Д., Горохов В.М., и др. Связи с общественностью в политике и государственном управлении./Под общ. ред. В.С.Комаровского. — М.: Изд-во РАГС, 2001.
2. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. — М.: Фаир-Пресс, 2001.

3. Василенко И. Связь с общественностью в государственных организациях и местных органах власти: западный опыт. – М., 2003.
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Гардарики, 2003.
5. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. – М, 2005. Гл.6; 7.
6. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. – СПб.: Питер, 2006.
7. Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: История, теория, практика. – М., 2001.
8. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М., 1999.
9. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002.
10. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
11. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. – М.: Академический проект, 2009.
12. Связи с общественностью в политике и государственном управлении/ Под ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001.
13. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. М.: Дело, 2006.

***Интернет-ресурсы:***

1. Профессиональный PR-портал «Советник» // [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)
2. Технологический журнал для гуманитариев «Сообщение» // [www.soob.ru](http://www.soob.ru)
3. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог» // [www.pr-dialog.ru](http://www.pr-dialog.ru)

***Материально-техническое обеспечение***

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Связи с общественностью» является частью вариативного цикла дисциплин учебного плана (дисциплина по выбору) по направлению подготовки 41.03.04 - Политология. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теории и практики общественных связей факультета рекламы и связей с общественностью.

Цель дисциплины – овладение основными принципами, формами и методами деятельности по связям с общественностью как средства социально-политической и производственной коммуникации. Задачи: сформировать представление о функциях, задачах и сферах применения связей с общественностью; ознакомить с требованиями к профессиональной деятельности по связям с общественностью; изучить принципы организации и специфику работы PR-подразделений в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях; отработать технологии построения и управления коммуникациями организации.

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции:

- ПК-3 - Владение методиками социологического, политологического и политико-психологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, составления библиографических обзоров, рефератов, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: сущность политического PR, технологии и модели формирования политического имиджа.

Уметь: разрабатывать основные внешние и внутренние PR-документы, создавать информационных повод, оценивать эффективность PR-кампаний.

Владеть: Владеть навыками разработки PR-кампании, технологиями и техниками политического, антикризисного PR.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	Обновлена основная и дополнительная литература	01.06.2017 г.	5
2	Приложение № 1		
3	Обновлена основная и дополнительная литература	25.06.2018 г.	4
4	Приложение № 2		

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2017 г.)**

**1. Перечень ПО**

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

Таблица 2

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Приложение к листу изменений № 2

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2018 г.)**

**1. Перечень ПО**

*Таблица 1*

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
7	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
8	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

*Таблица 2*

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант