

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

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

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА

Кафедра теоретической и прикладной политологии

## **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 2019

*СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ*

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

д-р пед. наук, доц. *В.В. Волкова*

Ответственный редактор

д-р полит. наук, доц. *Н.А. Борисов*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теоретической и прикладной политологии

№ 4 от 21.06.2019 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. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПКУ-4. Способен создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике	ПКУ-4.2. Устанавливает и поддерживает профессиональные контакты, деловые отношения с представителями органов государственной власти, местного самоуправления, политических партий, общественных организаций, СМИ	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; устанавливать и поддерживать профессиональные контакты, деловые отношения с представителями органов государственной власти, местного самоуправления, политических партий, общественных организаций, СМИ
	ПКУ-4.4. Осуществляет взаимодействие со средствами массовой информации, включая работу в сети Интернет	Знать: основные виды и функции средств массовой информации. Владеть: навыками разработки PR-кампании, технологиями и техниками политического, антикризисного PR
	ПКУ-4.5. Участвует в распространении информации с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального	Уметь: выделять основные каналы распространения информации. Владеть: приемами распространения информации с помощью различных средств и

	информирования, в проведении информационных кампаний	каналов массового и индивидуального информирования, проведения информационных кампаний
--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «История России», «Основы российского права».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Политические идеологии», «Политическая психология», «Политический PR и реклама», «Политическая коммуникация», «Политический менеджмент».

## 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 ( <i>по семестрам</i> )
			контактная					Самостоятель- ная работа	
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточ- ная аттестация		
1	Раздел 1. Введение в связи с общественностью	II	4	6				10	
2	Раздел 2. Разработка PR-кампании	II	4	6				12	Текущая аттестация: отчет, презентация
3	Раздел 3. Виды PR. Политический	II	2	6				12	
	Зачёт	II						10	Зачет по билетам
	итого:		10	18				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:		
- опрос	2 баллов	14 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	3 баллов	21 баллов
- отчет по проекту с презентацией (раздел 1-2)	25 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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<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

#### Семинары 1-3 (6 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.: 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. 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 4-6 (6 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. Внутрикорпоративный PR.
6. Формальные внутрикорпоративные коммуникации.
7. Неформальные внутрикорпоративные 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.: 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. 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 7-9 (6 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» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору). по направлению подготовки 41.03.04 - Политология. Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права кафедрой теоретической и прикладной политологии.

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:

ПКУ-4 – способен создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

сущность политического PR, технологии и модели формирования политического имиджа;

основные виды и функции средств массовой информации.

Уметь:

разрабатывать основные внешние и внутренние PR-документы, создавать информационных повод, оценивать эффективность PR-кампаний;

устанавливать и поддерживать профессиональные контакты, деловые отношения с представителями органов государственной власти, местного самоуправления, политических партий, общественных организаций, СМИ;

выделять основные каналы распространения информации.

Владеть:

навыками разработки PR-кампаний, технологиями и техниками политического, антикризисного PR;

приемами распространения информации с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального информирования, проведения информационных кампаний.

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	Приложение № 1	31.08.2020	1

**1. Образовательные технологии (к п. 4)**

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. Для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

**2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2)**

№ п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 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

**3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7)**

№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	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
5	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
6	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
7	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
8	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
9	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
10	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
11	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
12	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
13	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
14	Zoom	Zoom	лицензионное