

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:01:11
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и проведение PR-кампаний

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная/заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Ст. преподаватель В.А. Хрусловский

Заведующий кафедрой: Е.В. Мореева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Организация и проведение PR-кампаний» изучается в пятом семестре.
Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:
экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к обязательной части.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Теория и практика массовой информации
- Методология и методы исследования в рекламе
- Основы теории коммуникации
- Основы рекламной деятельности и PR
- Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
- Основы проектной деятельности
- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
- Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
- Брендинг в коммерческой сфере
- Современные массмедиа в коммерческой сфере
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения дисциплины «Организация и проведение PR-кампаний» являются: изучение технологий и инструментария создания и реализации PR проектов в различных организациях, определение места и роли служб по связям с общественностью в различных учреждениях и организациях, а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и	ИД-ОПК-1.1 Выявление отличительных особенностей медиатекстов и (или) медиапродуктов, и	Уметь интерпретировать PR и рекламу как форму коммуникации в разных сферах. Устанавливать

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	(или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	связей с деловыми партнерами. Определять особенности восприятия рекламы обществом.
	ИД-ОПК-1.2 Анализ востребованных обществом знаковых систем, жанров и форматов для обоснования наиболее приемлемых отдельным целевым группам общественности	Анализирует актуальные знаковые системы, жанры и форматы для обоснования наиболее приемлемых отдельным целевым группам общественности.
	ИД-ОПК-1.3 Подготовка рекламных и PR-текстов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Применять основные принципы Комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара. Способностью подбирать необходимые технологии для проведения PR-кампании. Применять формы и методы организации политических рекламных кампаний.
ПК-4 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-ПК-4.2 Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Осуществляет тактическое планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации. Использует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	ИД-ПК-4.3 Организация внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	5	з.е.	160	час.
по заочной форме обучения –	5	з.е.	160	час.

3.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
Пятый семестр							
ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ИД-ОПК-1.3	Раздел I. Категориальный базис организации PR-кампаний	10	10			6	Формы текущего контроля по разделу I: Реферат Ситуационное задание Кейс
	Тема 1.1 PR-кампания: сущность, содержание, типология.	2					
	Тема 1.2 Структура PR-кампании.	2					
	Тема 1.3 Коммуникационный аудит.	4					
	Тема 1.4 Использование основных инструментов для организации PR-кампании.	4					
	Практическое занятие № 1.1 PR-кампания: сущность, содержание, типология.		4			4	
	Практическое занятие № 1.2 Структура PR-кампании.		2			4	
	Практическое занятие № 1.3 Коммуникационный аудит.		4			8	
	Практическое занятие № 1.4 Использование основных инструментов для организации PR-кампании.		2			2	
ПК-4: ИД-ПК-4.2 ИД-ПК-4.3	Раздел II. Работы по организации PR-кампаний	10	10			12	Формы текущего контроля по разделу II: Творческое задание Тест Ситуационное задание Задача
	Тема 2.1 Стратегическое планирование PR-кампаний.	2					
	Тема 2.2 Стратегия и тактика медиапланирования.	4					
	Тема 2.3	4					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
	Бюджетирование PR-кампании						
	Тема 2.4 Технологии PR-кампаний	4					
	Практическое занятие № 2.1 Стратегическое планирование PR-кампаний.		4			4	
	Практическое занятие № 2.2 Стратегия и тактика медиапланирования.		4			4	
	Практическое занятие № 2.3 Бюджетирование PR-кампании.		4			4	
	Практическое занятие № 2.4 Технологии PR-кампаний		2			4	
ПК-1: ИД-ПК-1.1 ИД-ПК-1.2	Раздел III. Оценка эффективности PR-кампаний	4	4			4	Формы текущего контроля по разделу III: Собеседование Доклад Ситуационное задание
	Тема 3.1 Подходы к оценке эффективности PR-кампаний	4					
	Практическое занятие № 3.1 Подходы к оценке эффективности PR-кампаний		4			4	
	Экзамен					36	Экзамен
	ИТОГО за пятый семестр	30	30			100	
	ИТОГО за весь период	30	30			100	

3.4. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
Третий курс							
ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2 ИД-ОПК-1.3	Раздел I. Категориальный базис организации PR-кампаний	3	3			44	Формы текущего контроля по разделу I: Реферат Ситуационное задание Кейс
	Тема 1.1 PR-кампания: сущность, содержание, типология.	0,5					
	Тема 1.2 Структура PR-кампании.	0,5					
	Тема 1.3 Коммуникационный аудит.	1					
	Тема 1.4 Использование основных инструментов для организации PR-кампании.	1					
	Практическое занятие № 1.1 PR-кампания: сущность, содержание, типология.					11	
	Практическое занятие № 1.2 Структура PR-кампании.		1			11	
	Практическое занятие № 1.3 Коммуникационный аудит.		1			11	
	Практическое занятие № 1.4 Использование основных инструментов для организации PR-кампании.		1			11	
ПК-4: ИД-ПК-4.2 ИД-ПК-4.3	Раздел II. Работы по организации PR-кампании	4	4			44	Формы текущего контроля по разделу II: Творческое задание Тест
	Тема 2.1 Стратегическое планирование PR-кампаний.	1					
	Тема 2.2	1					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
	Стратегия и тактика медиапланирования.						Ситуационное задание Задача
	Тема 2.3 Бюджетирование PR-кампании	1					
	Тема 2.4 Технологии PR-кампаний	1					
	Практическое занятие № 2.1 Стратегическое планирование PR-кампаний.		1			12	
	Практическое занятие № 2.2 Стратегия и тактика медиапланирования.		1			12	
	Практическое занятие № 2.3 Бюджетирование PR-кампании.		1			12	
	Практическое занятие № 2.4 Технологии PR-кампаний		2			12	
ПК-4; ИД-ПК-4.2 ИД-ПК-4.3	Раздел III. Оценка эффективности PR-кампаний	1	1			12	Формы текущего контроля по разделу III: Собеседование Доклад Ситуационное задание
	Тема 3.1 Подходы к оценке эффективности PR-кампаний	1					
	Практическое занятие № 3.1 Подходы к оценке эффективности PR-кампаний		1			12	
	Экзамен					8	экзамен по билетам
	ИТОГО за третий курс	8	8			144	
	ИТОГО за весь период	8	8			144	

3.5. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I	Категориальный базис организации PR- кампаний	
Тема 1.1	PR-кампания: сущность, содержание, типология.	Цели и задачи PR-кампании. Функции специалиста по PR. Профессиональные требования к специалисту по PR. Основные концепции организации PR-кампании.
Тема 1.2	Структура PR-кампании.	PR-проект и PR-кампания. Креативность в PR-кампании. Основные типы и разновидности PR-кампаний. Модели и общая структура проведения PR-кампании. Специальные элементы разработки и реализации PR-кампании.
Тема 1.3	Коммуникационный аудит.	Анализ внутренних и внешних информационных потоков компании. Методология получения обратной связи об эффективности информационной политики и степени достижения PR целей кампании.
Тема 1.4	Использование основных медиаканалов рекламы.	Основные принципы выбора медиасредств. Креатив при выборе медиасредств. Соответствие целевой аудитории. Основные параметры характеристики медиасредств: таргетированность, охват, скорость аккумуляции аудитории, ситуация предъявления, степень доверия и уровень внимания.
Раздел II	Работы по организации PR-кампаний	
Тема 2.1	Стратегическое планирование PR-кампаний.	Основные подходы стратегии в PR-кампании. I Определение проблемы II Планирование и программирование III Действие и коммуникация IV Оценка программы Общий взгляд (задачи PR формируются в соответствии с общим контекстом организации кампании, что помогает определить цели, проанализировать текущую ситуацию с точки зрения общественности); намерения и цели (они отражают специфику PR-программ); целевые аудитории (определение четко очерченных групп, с которыми необходимо достичь взаимопонимания); ключевые сообщения (определение того, что подлежит передаче данным целевым аудиториям с учетом знаний, дезинформации и предубеждения, которые у них уже имеются); деятельность/тактика (представляет собой основу программы); график (важно точно рассчитать время проведения кампании); расходы (необходимо учитывать все расходы, в том числе и затраты времени своих собственных работников, оценивая их в сравнении с объемами работ приглашенных консультантов); контроль
Тема 2.2	Стратегия и тактика медиапланирования.	Понятие медиастратегии, ее основные составляющие. Стратегии эффективной частоты. Стратегия «последнего контакта» (recency). Стратегия и тактика рекламной кампании. Годовое планирование рекламных кампаний. Бюджет рекламной кампании (метод Пекхэма, метод Шроера, остаточный принцип, процент от оборота или прибыли, метод

		конкурентного паритета). Составляющие стоимости рекламной кампании. Возможные скидки.
Тема 2.3	Бюджетирование PR-кампаний.	Определение оптимальных бюджетов для проведения PR-кампании. Структура расходов на PR в организации.
Тема 2.4	Технологии PR-кампаний.	Понятие и сущность PR-технологий. Принципы PR-технологий. Направления PR-технологий. Модель PR-технологий. Методы и инструменты PR-технологий.
Раздел III Оценка эффективности PR-кампаний		
Тема 3.1	Подходы к оценке эффективности PR-кампаний	Основные составляющие оценки эффективности PR-кампаний. Основные подходы к оценке эффективности PR-кампаний. Анализ моделей оценки эффективности PR-кампаний. Модель эффективной базы расчета. 5-ти ступенчатый процесс PIO. Методы оценки эффективности PR-кампаний.

3.6. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение консультаций перед зачетом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;

– индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.7. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности	
			профессиональной(-ых) компетенции(-й)	
			ОПК-1: ИД-ОПК-1.1 ИД-ОПК-1.2	ПК-4: ИД-ПК-4.2 ИД-ПК-4.3
высокий		отлично	Обучающийся: Планирует PR-кампании, интерпретирует их результаты, разрабатывает практически значимые рекомендации Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, реализует типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде
повышенный		хорошо	Планирует PR-кампании, интерпретирует их результаты, но не может разработать	Осуществляет авторскую деятельность с учетом специфики разных СМИ и

			<p>практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде</p>
базовый		удовлетворительно	<p>Планирует PR-кампании, интерпретирует их результаты, но не может разработать практически значимые рекомендации</p> <p>Использует результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний, но затрудняется в реализации типовых алгоритмов проектов при создании коммуникационного продукта</p> <p>Не применяет современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии для разработки PR-кампаний.</p>	<p>Осуществляет авторскую деятельность без учета специфики разных СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Создает тексты рекламы и (или) связей с общественностью без учета специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Не может создать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью в оффлайн и онлайн среде</p>

низкий		неудовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации</p> <p>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>Не способен проанализировать PR-кампании, путается в особенностях применения различных медиа</p> <p>Не владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителей</p> <p>Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя</p> <p>Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы</p>
--------	--	---------------------	--

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Организация и проведение PR-кампаний» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Доклад по разделу/теме «Категориальный базис организации PR- кампаний»	<p>Темы докладов:</p> <p>Понятие и модели связей с общественностью</p> <p>PR как коммуникативная управленческая деятельность</p> <p>Субъекты и объект PR-деятельности</p> <p>Стратегия и алгоритм решения PR-проблем</p> <p>Понятие и общая характеристика PR-кампании</p> <p>Основные этапы кампании по связям с общественностью</p> <p>Место и роль кампаний в системе PR-деятельности организации и ее коммуникационной политике</p>
2	Вопросы для контрольной работы по разделу/теме «Категориальный базис организации PR- кампаний»	<p>Вопросы:</p> <p>Дайте определение понятию PR-кампания</p> <p>Перечислите составляющие понятия «PR-кампания»</p> <p>Назовите типы PR-кампаний</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>Основные отличия PR-кампаний от рекламных кампаний Цели и задачи PR-кампаний Этапы PR-кампаний Характеристика этапов проведения PR-кампании Экономическая оценка эффективности проведения PR-кампании Коммуникативная оценка эффективности проведения PR-кампании Общая характеристика PR-подразделения (PR-службы, агентства) Должностные обязанности специалиста по PR Анализ планирования проведения PR-кампании Анализ проведения PR-кампании Оценка результатов PR-кампании Способы планирования бюджета PR-кампании</p>
3	Темы для реферативного исследования по разделу/теме: «Работы по организации PR-кампании»	<p>Понятие и модели связей с общественностью PR как коммуникативная управленческая деятельность Стратегия и алгоритм решения PR-проблем Понятие и общая характеристика PR-кампании Основные этапы кампании по связям с общественностью</p>
4	Темы эссе по разделу/теме «Работы по организации PR-кампании»	<p>Письменная речь как главное профессиональное умение специалиста по организации PR-кампаний Способы эффективного взаимодействия с представителями СМИ в рамках PR-кампаний. Исследования перед началом PR-кампаний - необходимость или роскошь?</p>
5	Творческие задания по разделу/теме «Работы по организации PR-кампании»	<p>Творческое задание 1. Задача студентов: Выбрать торговую марку (бренд). Выделить этапы продвижения. Провести анализ PR-инструментов продвижения выбранной торговой марки (бренда). Обосновать рациональность или не рациональность использования применяемых инструментов. Внести предложения по совершенствованию PR деятельности у выбранной торговой марки (бренда).</p> <p>Творческое задание 2. Задача студентов: Выбрать одну из категорий товаров.</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>В рамках категории выбрать конкретную торговую марку</p> <p>Выбрать информационный повод.</p> <p>Создать 3-5 PR-мероприятий для выбранной торговой марки с использованием выбранного информационного повода.</p>

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование	<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает</p>		5
	<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.</p>		4
	<p>Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.</p>		3
	<p>Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и</p>		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.			
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2	
	Не получены ответы по базовым вопросам.		2	
	Не принимал участия в собеседовании.		2	
Тест	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ.		5	85% - 100%
			4	65% - 84%
			3	41% - 64%
			2	40% и менее 40%

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту.</p> <p>Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки.</p> <p>Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе.</p> <p>«2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%</p>		
Реферат	Реферат выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или опiski, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Реферат выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Реферат выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Реферат не подготовлен.		
Доклад	Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или опiski, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Доклад не подготовлен.		
Творческое задание	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		3
	Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Кейс	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения кейса продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности,		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».		3
	Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет с оценкой: в устной форме по вопросам	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие информационного поля. 2. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. 3. Виды информирования, понятие ключевой и елевой аудитории. 4. Особенности проведения информационных кампаний в регионах. 5. PR-кампании в системе коммуникаций. 6. Классификация коммуникационных кампаний. 7. Типы PR-кампаний, их особенности. 8. Тактика координации информационных процессов. 9. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. 10. Понятие «PR-проект», цели и задачи PR- кампаний. 11. Основные субъекты и объекты PR- кампаний. 12. PR-бриф. 13. Определение ключевых проблем и профилей целевых аудиторий. 14. Общие принципы организации и проведения PR-кампаний.

- | | |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">15. Организационные и материально-технические основы проведения кампании по связям с общественностью.16. Основные этапы PR-кампании.17. Аналитический этап.18. Медиа-карта, ее продуктивное использование.19. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании.20. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации.21. Реализация кампании по связям с общественностью.22. Подведение итогов кампании: мониторинг СМИ, клиппинг.23. Организация и проведение специальных мероприятий(Special events).24. Проблема организации специальных событий и коммуникаций.25. Конференции и пресс-конференции: цели и задачи, особенности организации и проведения.26. Конкурсы и фестивали. Презентации. Церемония открытия.27. Организация и проведение круглых столов и семинаров.28. Стратегия PR-кампании, ее представление заказчику.29. Творческий аспект стратегии.30. Технологии организации и проведения коммуникационных кампаний по созданию и поддержанию корпоративной культуры для внутренних и внешних клиентов.31. Промо-акции в системе PR-кампаний.32. Специфика выставочно-экспозиционной деятельности в рамках коммуникационных кампаний.33. Выставка как PR-технология. Особенности подготовки, организации и проведения выставки.34. Особенности организации и работы пресс-центра.35. Коммуникационные кампании для СМИ (пресс-туры, конкурсы и проч.).36. Медиа-карта, ее продуктивное использование.37. Основные элементы заключительного этапа проведения PR-кампании.38. Критерии эффективности PR-кампании.39. Стандарты измерения и оценка эффективности связей с общественностью. |
|--|--|

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен: в устной форме по вопросам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; 		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</p> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- собеседование		2 – 5
- тест		2 – 5
- реферат		2 – 5
- доклад		2 – 5
- творческое задание		2 – 5
- кейс		2 – 5
- ситуационное задание		2 – 5
- задача		2 – 5
Промежуточная аттестация Зачет с оценкой		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр Экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;

- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение *дисциплины* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпусб	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
9.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Варакута С.А.	Связи с общественностью	Учебное пособие	М.: ИНФРА-М	2009	https://znanium.com/catalog/product/147367	
2	Осипова Е.А.	Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике	Монография	М.:НИЦ ИНФРА-М	2015	https://znanium.com/catalog/product/523515	
3	Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А.	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции	Учебное пособие	М.:Дело АНХ	2016	https://znanium.com/catalog/product/634963	
9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Бузни Е. Н	История связей с общественностью	Учебное пособие	М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М	2011	https://znanium.com/catalog/product/210624	-
2	Шарков Ф.И	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике	Учебное пособие	М.:Дашков и К	2016	https://znanium.com/catalog/product/414955	
3	Дмитриева Л.М., Бернадская Ю.С., Костылева Т.А.	Социальная реклама	Учеб. пособие для студентов вузов	М.:ЮНИТИ-ДАНА	2015	https://znanium.com/catalog/product/882785	-
9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							

1	Карпова Е.Г., Кащеев О.В., Усик С.П.	Реклама и связи с общественностью. Учебно- методическое пособие по подготовке и защите курсовых работ	Учебно- методическое пособие	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10
---	--	---	------------------------------------	-----------------	------	-----	----

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Ресурсы электронной библиотеки

- **ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»** <http://znanium.com/> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> (электронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);
- **ООО «ИВИС»** <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
- **Web of Science** <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
- **Scopus** <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
- **«SpringerNature»** <http://www.springernature.com/gp/librarians> (международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);
- **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU** <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
- **ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)** <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
- **«НЭИКОН»** <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
- **«Polpred.com Обзор СМИ»** <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

- http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/;
- <http://www.scopus.com/>;
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
- <http://www.garant.ru/>;
- <http://www.onestopenglish.com>
- <http://lessons.study.ru>
- <http://www.wikipedia.org>
- <http://www.idoceanline.com>
- <http://www.english.ru>
- <http://study-english.info>
- <http://oup.com/elt/result>

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	
2.	
3.	

11.2. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17EO-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79P-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;
5. 1С: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.
6. Операционная система Linux. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linux).
7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;
10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330-1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, (копия лицензии).
11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);
12. Adobe Reader (свободно распространяемое).
13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);
14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;
15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);
16. Google Chrome (свободно распространяемое).

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.		
5.		...

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры