

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

« 28 » августа 20 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

_____	/ д.филол.н., профессор Кривоносов А.Д.
_____	/ д.филол.н., доцент Кармалова Е.Ю.
_____	/ зам. начальника департамента по стратегическим коммуникациям Университета ИТМО Александров К.О.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

1.ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ.....	
2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
3.ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	
4.ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	
5.СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	
6.ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	
7.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	
7.1.Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины	
7.2.Организация самостоятельной работы.....	
8.ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
9.РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	
9.1.Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	
9.2.Материально-техническое обеспечение учебного процесса	Ошибка! Закладка не определена.
10.ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	
11.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: овладение базовыми знаниями теории и практики связей с общественностью, освоение информационных и социолингвистических технологий создания PR-текстов, а также оценочных ориентиров данных продуктов; формирование навыков и умений применения инструментов и технологий медиарелейшенз и медиапланирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф "Теория и практика связей с общественностью" относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.4. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	Знать: технологии создания PR-текстов и методы оценки их эффективности с точки зрения успешного выполнения профессиональных задач в контексте межкультурного разнообразия общества и социальной, исторической, этической и философской парадигм. Уметь: создавать PR-тексты разных жанров, способствующих эффективной социальной коммуникации в поликультурном обществе. Владеть навыками: создания эффективных PR-текстов для успешного выполнения профессиональных задач в контексте социальной интеграции.

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК -8 Способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности	ПК - 8.1 Реализует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	<p>Знать: основные параметры медиарелейшенз и медиапланирования, интернет-технологии и специальные программные продукты для медиарелейшенз и медиапланирования.</p> <p>Уметь: осуществлять медиарелейшенз и медиапланирование без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарелейшенз и медиапланирования.</p> <p>Владеть навыками: медиарелейшенз и медиапланирования без помощи и с помощью интернет-технологий и специальных программных продуктов для медиарелейшенз и медиапланирования.</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет – 2 семестр; экзамен – 3 семестр; *из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена*; курсовая работа – 3 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.
Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
РАЗДЕЛ 1. PR-текст как разновидность коммуникационного продукта				
Тема 1.1. PR-информация в публичных коммуникациях.	2	2		9
Тема 1.2. Проблемы типологии и жанрообразования в письменных PR-коммуникациях.	2	2		9
Тема 1.3. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов.	8	14		9
Тема 1.4. Смежные и медиа PR-тексты.	4	8		9
Тема 1.5. Жанровая характеристика комбинированных первичных PR-текстов.	6	10		8
Всего за семестр:	22	42		44
РАЗДЕЛ 2. Медиапланирование и медиарелейшенз в публичных коммуникациях				
Тема 2.1 Стратегическое и тактическое медиапланирование.	2			16

Тема 2.2 Основные направления медиаметрии.	4			16
Тема 2.3 Особенности изучения аудитории различных СМК.	2			16
Тема 2.4 Параметры медиапланирования.	4			16
Тема 2.5 Ценовые и стоимостные особенности медиапланирования.	2			16
Тема 2.6 Методические аспекты и практика медиапланирования на отдельных каналах СМИ. Программное обеспечение для медиапланирования и его использование	4			16
Тема 2. 7 Медиаплан и особенности его разработки. Повышение эффективности медиаплана.	2			16
Тема 2. 8 Медиапланирование в связях с общественностью (медиаарилейшенз).	2			16
Всего за семестр:	22	46		112
Всего по дисциплине:	44	88		156

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. Информационные и социолингвистические основы связей с общественностью

Тема 1.1. PR-информация в публичных коммуникациях

Понятие публичных коммуникаций. Основы литературного редактирования и копирайтинга. Понятие рекламной и PR-информации. Роль публичных коммуникаций в современном обществе. Функционирование публичных коммуникаций. Публичная сфера и публичный дискурс. Рекламная и PR-информация в публичном дискурсе. Источники и факторы рекламной и PR-информации.

Тема 1.2. Проблемы типологии и жанрообразования в письменных PR-коммуникациях

Принципы типологии рекламных и PR-текстов. Базисные и смежные тексты. Первичные PR-тексты и медиатексты. Простые и комбинированные тексты. Специфика жанрообразования в письменных рекламных и PR-коммуникациях. Жанрообразующие факторы текстов в связях с общественностью. Специфика и основные классификации текстов рекламы и текстов по связям с общественностью.

Тема 1.3. Жанровая характеристика простых первичных PR-текстов Понятие жанровых характеристик PR-текстов. Объем и характер передаваемой информации как параметры PR-текстов. Уровень оперативности и событийности в PR-текстах. Ориентированность PR-текстов на целевые группы общественности. Оперативно-новостные жанры PR-текстов. Исследовательско-новостные и образно-новостные жанры PR-текстов. Фактологические и исследовательские жанры PR-текстов. Специфика и прагматическая направленность текстов по рекламе и связям с общественностью.

Тема 1.4. Смежные и медиа PR-тексты

Смежные тексты как тексты с неполными характеристиками PR-текста. Особенности резюме. Виды резюме по модели (английская, французская, американская). Блоковый характер резюме. Слоган и его разновидности. Рекламный, корпоративный, политический слоган. Модели функционирования корпоративного и политического

слогана. Лингвистические характеристики политического слогана. Пресс-ревью и принципы его составления.

Тема 1.5. Жанровая характеристика комбинированных первичных PR-текстов

Жанровые характеристики комбинированных PR-текстов. Полиграфический и событийный характер функционирования комбинированных текстов. Корпоративная полиграфия. Содержание корпоративной полиграфии. Корпоративное издание как вид комбинированного текста. Годовой отчет в системе комбинированных PR-текстов. Социальный отчет: от корпоративного буклета к отчету об устойчивом развитии. Политическая (электоральная) листовка: разновидности и принципы подачи материала. Фотография в паблик рилейшнз.

РАЗДЕЛ 2. Медиапланирование и медиарилейшенз в публичных коммуникациях

Тема 2.1 Стратегическое и тактическое медиапланирование.

Виды медиапланирования. Факторы формирования стратегии медиапланирования. Перевод маркетинговых задач в рекламные. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории. Эффективная аудитория. Тактическое медиапланирование и его этапы. Понятие медиа-брифа.

Тема 2.2 Основные направления медиаметрии.

Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Исследования аудитории: анализ «количества» и «качества». «Первичная» и «вторичная» аудитории печатных изданий.

Соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов. Анкетирование, интервьюирование, тесты, фокус-группы, лабораторные исследования с применением технических средств, психолингвистические процедуры, метод семантического дифференциала. Панельные методики.

Направления исследований покупательского поведения. Компании, изучающие поведение потребителей, исследовательские проекты, их специфика.

Мониторинг рекламной информации: цель, задачи, параметры мониторинга.

Тема 2.3 Особенности изучения аудитории различных СМК.

Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией разных теле- и радиопередач.

Основные единицы измерения телеаудитории (телеметры). Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Web-индексы.

Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК. Российские профессиональные организации на рынке теле- и аудиометрии. Исследовательские проекты, формы подачи информации.

Тема 2.4 Параметры медиапланирования.

Избирательность (селективность) аудитории. Потенциал охвата аудитории. Скорость аккумуляции аудитории. Географическая гибкость медианосителя. Контроль предъявления рекламного сообщения. CPT, CPI, CPA, CPO, CPS. HUT, PUT, PUR. Показатели и примеры расчета рейтинга СМИ. Доля суммарного рейтинга аудитории и примеры ее расчета. Взаимосвязь показателей Rating, HUT и Share. GRP и TRP. Количество предъявлений (Impressions). Охват (Reach) и специфика его расчета. Частота (Frequency). Взаимосвязь охвата, частоты и GPR. CPM и CPP, их взаимосвязь. Brand Development Index. Специфика использования Media Mix.

Тема 2.5 Ценовые и стоимостные особенности медиапланирования.

Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов. Понятие медиабайинга и медиаселлинга. Расчет прогнозного рейтинга телеканала.

Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного

бюджета.

Расчет бюджета медиапланирования: основные модели. Проблема приобретения места для размещения рекламы.

Тема 2.6 Методические аспекты и практика медиапланирования на отдельных каналах СМИ. Программное обеспечение для медиапланирования

Показатели SOV и SOS. Модели медиапланирования. Процессы выбора носителей. Практика медиапланирования в прессе. Специфика медиапланирования на радио и телевидении. Медиапланирование в наружной и транзитной рекламе. Практика медиапланирования в почтовой рекламе. Основы медиапланирования в Интернет. Создание медиаплана с использованием программ по медиапланированию «Галилео» (Galileo), «ДИГИСПОТ И РЕКЛАММА» (PaloMARS), PROBA-Media.

Тема 2.7 Медиаплан и особенности его разработки. Повышение эффективности медиаплана.

Понятие, задачи и принципы построения медиаплана. Источники информации, необходимые для построения медиаплана. Стратегия и тактика медиапланирования. Медиа-цели и медиа-стратегии. Медиа-план, медиатактика, медиабаинг, медиаселлинг, медиаграфик. Этапы и алгоритмы медиапланирования. Контроль выполнения медиапланов и его виды. Вопросы оценки эффективности масс-медиа.

Вопросы организации медиапланирования. Обоснование подходов к формированию бюджета медиапланирования. Современные проблемы медиаисследований. Тестирование медиаплана и рекламы. Методики оценки эффективности медиапланирования.

Тема 2.8 Медиапланирование в связях с общественностью (медиаарилейшенз).

Специфика медиапланирования в СО. Планирование коммуникационной кампании и роль медиапланирования в стратегическом плане. Каналы коммуникации для СО. Медиаплан в пиар-кампании. Критерии оценки эффективности медиапланирования в СО.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 — Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Наименование оценочных средств
1	2	3
	Раздел 1 PR-текст как разновидность коммуникационного продукта	
Тема 1.1	PR-информация в публичных коммуникациях. Жанрообразование рекламных и PR-текстов	ПЗ: Проблемная дискуссия
Тема 1.2	Жанрообразование рекламных и PR-текстов	ПЗ: Кейс-стади
Тема 1.3	Простые первичные PR-тексты.	ПЗ: Решение практических задач
Тема 1.4	Смежные PR-тексты	ПЗ: Кейс-стади
Тема 1.5	Комбинированные PR-тексты. Защита пресс-китов	ПЗ: Защита проекта
	Раздел 2. Медиапланирование и медиаарилейшенз в публичных коммуникациях	
Тема	Стратегия медиапланирования. Выбор продукта/ марки	ПЗ: Доклады с

2.1		презентацией
Тема 2.2	Целевая аудитория и целевое поведение	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций
Тема 2.3	Информационное поведение целевой аудитории. Задачи для медиаплана	ПЗ: Решение кейсов
Тема 2.4	Работа с параметрами медиапланирования	ПЗ: Решение задач
Тема 2.5	Расчет бюджета медиапланирования: основные модели	ПЗ: КТ №1. Контрольная работа в форме теста
Тема 2.6	Практика медиапланирования для различных носителей. Создание медиаплана с использованием программ по медиапланированию	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций
Тема 2.7	Данные медиаметрии и их перевод в параметры медиаплана. Тестирование медиаплана и рекламы. Методики оценки эффективности медиапланирования.	ПЗ: Решение кейсов
Тема 2.8	Медиаплан в пиар-кампании	ПЗ: Анализ конкретных ситуаций. КТ №2

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса, обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся;
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблицах 7.2.1.1 и 7.2.1.2

Таблица 7.2.1.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося во 2 семестре

№ тем ы	Вид самостоятельной работы
1	2
1.1-16	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
1.1-1.6	Выполнение заданий по темам дисциплины
3.	Подготовка к контрольной точке №1 «Решение практических задач»
4.	Подготовка к контрольной точке №2 «Защита проекта»

Таблица 7.2.1.2 – Организация самостоятельной работы обучающегося в 3 семестре

№ тем ы	Вид самостоятельной работы
1	2
2.1-2.8	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
2.1-2.8	Выполнение заданий по темам дисциплины
3.	Подготовка к контрольной точке №1 «Контрольная работа в форме теста»
4.	Подготовка к контрольной точке №2 «Составление медиаплана и его оптимизация»

Каждый вид СРО, указанный в таблицах 7.2.1.1 и 7.2.1.2, обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Антикризисные коммуникации» используются разнообразные образовательные технологии – как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

Активные и интерактивные методы обучения:

- лекция-дискуссия (тема №2.1, 2.2);
- проблемная лекция (тема №1.1);
- анализ конкретных ситуаций (тема №1.4, 2.2, 2.6, 2.8);
- защита проектов (тема № 1.5);

- кейс-технологии (темы №№1.2, 1.3, 1.5, 2.3, 2.7);
- доклад-сообщение (тема №2.1);
- решение задач (тема №2.4);
- контрольная работа (тема № 1.3, 2.5);
- проблемная дискуссия (тема №1.1).

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

Лекция-дискуссия. Характеризуется тем, что преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на его вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами.

Проблемная лекция. Характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний студент получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности.

Анализ конкретных ситуаций. Анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Защита проектов. В процессе подготовки к практическому занятию в форме защиты проектов студенты за 2 недели до занятия получают задание на решение тематической задачи на фоне конкретной организации, оформление которого осуществляется в форме презентации. Организацию студент выбирает самостоятельно. На практическом занятии студенты представляют презентации своих проектов. Время на представление проекта и его обсуждение отводится до 15 минут.

Кейс-технологии. Включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

Доклад-сообщение - выступление, содержащее научную информацию. Оптимальное время доклада — 5-10 минут. Докладчик кратко излагает историю вопроса и информирует слушателей о том, какой материал был использован при подготовке доклада. Основная часть доклада содержит рассуждения автора, касающиеся избранной проблемы, изложение собственной точки зрения, которую докладчик обосновывает, используя различные способы доказательств: приводит аналогичные примеры, цитирует высказывания видных ученых, общественных деятелей, ставит вопросы, использует примеры из жизненного опыта слушателей. В заключительной части обобщается сказанное, формулируются выводы и предложения.

Решение задач - данные задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Данный вид заданий дает возможность найти свое собственное «правильное» решение. Выполнение творческих заданий требуют от обучающегося воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода: подборка примеров из практики; подборка материала по определенной проблеме и т.п. Важно, чтобы обучающийся научился структурировать, анализировать, сопоставлять материал, а также сравнить изложение изучаемой темы разных авторов и обосновать свои предложения о наиболее целесообразной форме представления материала.

Контрольная работа - это наиболее традиционный способ оценки знаний. Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности.

Проблемная дискуссия - дискуссия представляет собой обсуждение, разбор определенного вопроса и способствует развитию логического мышления, умения критически оценивать и творчески усваивать учебный материал. Во время дискуссии преподаватель и обучающиеся пользуются разнообразными приемами и методами. В частности, широко используется беседа. Преподаватель обычно выдвигают спорные вопросы, а обучающиеся отвечают на них, доказывают правильность или ошибочность ответов.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью : Учебник для вузов. 2-е изд. Стандарт третьего поколения / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина .— Санкт-Петербург : Питер, 2018 .— 288 с.	основная	-	ЭБС Айбукс
Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии / В.М. Горохов, Т.Э. Гринберг, ред. — Москва : Аспект Пресс, 2018 .— 224 с.	дополнительная	-	ЭБС Айбукс
Интегрированные коммуникации (основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / [В.А.Барежев и др.] ; под ред. А.Д. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 170 с. — Сведения доступны также по Интернету: орас.unecon.ru .	дополнительная	57	ЭБ ОРАС.UNECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)

	www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
3	7-Zip (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 207 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 78 посадочных мест (39 учебных столов, 78 стульев), рабочее место преподавателя, стол 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., кафедра 1шт., вешалка стойка 3шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME401X - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 203 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 72 посадочных мест (36	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

<p>учебных столов, 72 стула, рабочее место преподавателя, кафедра 1шт., доска маркерная 1 шт., доска маркерная 1шт., вешалка стойка 3шт., жалюзи 6шт.омпьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX610E - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	
<p>Ауд. 206 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 72 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., вешалка стойка 1шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Микшер-усилитель AA-120 Roxton - 1 шт., Мультимедиа проектор Mitsubishi WD620U 2717 - 1 шт., Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 208 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 40 посадочных мест, рабочее место преподавателя, стол, кафедра 1шт., доска меловая 1шт. (3-х секционная)., вешалки стойки 3шт., жалюзи 6шт. Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Экран Projecta Compact Electrol 153x200 см Matte White S - 1 шт., Кроншт.потол.ElectricLight КБ-01-35 черный - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт., Персональный компьютер Universal №1 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>
<p>Ауд. 106 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 76 посадочных мест (38 учебных столов, 76 стульев), рабочее место преподавателя, доска меловая (3-х секционная) 1 шт., кафедра 1шт., вешалка стойка 2шт., жалюзи 2шт. Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX610E - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 305x229см (SCM-4306) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и</p>	<p>191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»</p>

практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 202 Лаборатория цифровых коммуникаций. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 43 посадочных мест , 1 рабочее место преподавателя (1 стол, 1 стул), Моноблок Lenovo V540 i5-8265U/8Гб/SSD 256Гб/23,8 дюйма - 20 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 204 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 70 посадочных мест (35 учебных столов, 70 стульев), рабочее место преподавателя, стол 1шт., кафедра 1шт., доска меловая (3-х секционная) 1 шт., вешалка стойка 4шт., жалюзи 6шт.Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19") - 1 шт., Проектор NEC M350 X - 1 шт., Экран Lumien Master Picture (LMP-100109) - 1 шт., Акустическая система Apart MASK-6 White - 2 шт., Микшер усилитель Jedia (JDM) TA-1120 в комплекте - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»
Ауд. 209 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, с применением вычислительной техники). Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 16 посадочных мест (16 компьютерных столов, 16 стульев), учебная мебель на 18 посадочных мест (9 учебных столов, 18стульев), рабочее место преподавателя, компьютер, доска маркерная 1шт, вешалка стойка Моноблок AIO IRU 308 intel 2.8 Ghz/4 Gb/1Tb - 16 шт., Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4 4Gb/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран с электроприводом ScreenMedia Champion 203x153см (SCM-4303) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В»

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).