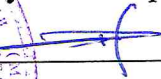


МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНТРАНС РОССИИ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)  
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»  
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по  
учебной работе

 Н.Н. Сухих

 30 августа 2017 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Реклама и связи с общественностью в государственных  
институтах и структурах**

Направление подготовки:  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль):  
**Реклама и связи с общественностью в отрасли (транспорт)**

Квалификация (степень) выпускника:  
**бакалавр**

Форма обучения:  
**очная**

Санкт-Петербург  
2017

## **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

Целями освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах» является формирование у студентов знаний профессиональных функций пиар-специалиста, работающего в государственных структурах; умений организовывать работу в отделах рекламы и связей с общественностью; навыков создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации с целевыми аудиториями.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучение основных направлений профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в государственных структурах;
- приобретение умений устанавливать взаимодействие с целевыми аудиториями государственных институтов и структур;
- овладение навыками организации основных и специальных пиар-мероприятий в сфере государственного управления;
- навыками организации и проведения рекламных и пиар-кампаний в сфере государственного управления.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

## **2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах представляет собой дисциплину по выбору, относящуюся к Вариативной части Блока 1 дисциплин ООП ВО.

Дисциплина базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: основы интегрированных коммуникаций, письменная коммуникация, правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью, взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования, профессиональный английский язык.

Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах является обеспечивающей для следующих дисциплин: современная пресс-служба.

Дисциплина изучается в 5 семестре.

### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правовые основы рекламной и пиар-деятельности.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять рекламную и пиар-деятельность в государственных структурах на основе правовых знаний.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками правового анализа рекламной и пиар-деятельности государственных структур.</li> </ul>
Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных структурах.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять профессиональные функции пиар-специалиста в пресс-службах и пиар-службах государственных структур;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации пиар-деятельности в государственных структурах.</li> </ul>
Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью в государственных структурах.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать взаимодействие с целевыми аудиториями государственных институтов и структур.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками медиарилейшенз, организации</li> </ul>



Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	основных и специальных пиар-мероприятий в сфере государственного управления.
Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- классификацию видов организационных коммуникаций.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять целевые аудитории пиар-деятельности государственных структур.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведения рекламных и пиар-кампаний в сфере государственного управления;</li> <li>- стратегиями формирования и продвижения имиджа государственных деятелей, институтов, структур.</li> </ul>

#### 4 Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры
		5
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	108	108
Контактная работа:	42	42
лекции	14	14
практические занятия	28	28
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	57	57
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой 9	Зачет с оценкой 9



## 5 Содержание дисциплины (модуля)

### 5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-2	ПК-6		
Тема 1. Организация связей с общественностью в государственных институтах и структурах	12			+	Л ПЗ СРС ВК	У
Тема 2. Взаимодействие с целевыми аудиториями в системе государственного и муниципального управления	12	+		+	Л ПЗ СРС	У Д
Тема 3. Деятельность пресс-служб в государственных институтах и структурах	11	+	+	+	Л ПЗ СРС	У Д
Тема 4. Антикризисные пиар-технологии в работе государственных пиар-служб	14	+	+		Л ПЗ СРС	У Д
Тема 5. Формирование и продвижение имиджа государственной власти	14	+		+	Л ПЗ СРС	У Д
Тема 6. Аналитическое и информационное	14	+	+	+	Л ПЗ СРС	У Д

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-2	ПК-6		
сопровождение политической кампании						
Тема 7. Мониторинг социально-политических процессов как функция пиар-служб	12	+	+	+	Л ПЗ СРС	У Д
Тема 8. Маркетинг целевых программ	10	+			ПЗ СРС	У Д
Итого по дисциплине	99					
Промежуточная аттестация	9					
Всего по дисциплине (модулю)	108					

Сокращения: Л – лекция, ПЗ-практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад

### 5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Организация связей с общественностью в государственных институтах и структурах	2	4		6		12
Тема 2. Взаимодействие с целевыми аудиториями в системе государственного и муниципального управления	2	4		6		12
Тема 3. Деятельность пресс-служб в государственных институтах и структурах	2	4		5		11
Тема 4. Антикризисные пиар-	2	4		8		14

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
технологии в работе государственных пиар-служб						
Тема 5. Формирование и продвижение имиджа государственной власти	2	4		8		14
Тема 6. Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании	2	4		8		14
Тема 7. Мониторинг социально-политических процессов как функция пиар-служб	2	2		8		12
Тема 8. Маркетинг целевых программ	-	2		8		10
Итого за семестр	14	28		57		99
Промежуточная аттестация						9
Всего по дисциплине (модулю)	14	28		57		108

### 5.3 Содержание дисциплины (модуля)

#### **Тема 1 Организация связей с общественностью в государственных институтах и структурах.**

Специфика PR в государственном и муниципальном управлении (ГМУ): цели, задачи, основные направления деятельности. Научно-исследовательское обеспечение PR в системе государственного и муниципального управления. Модели PR в системе государственного управления. Субъекты государственного PR-рынка (на примере США). Субъекты государственного PR-рынка в России (федеральный, региональный, местный уровни).

#### **Тема 2 Взаимодействие с целевыми аудиториями в системе государственного управления.**

Виды целевых аудиторий в системе государственной власти. Критерии и принципы сегментирования целевых аудиторий. Принципы взаимодействия со СМИ и журналистами. Основные пиар-стратегии работы со СМИ. PR-технологии взаимодействия государственных органов с населением. PR-технологии взаимодействия государственных органов с общественно-политическими организациями. Специфика взаимодействия с целевыми



аудиториями на уровне муниципального управления.

### **Тема 3 Деятельность пресс-служб в государственных институтах и структурах.**

Пресс-служба государственной структуры: виды, структура, функции. Структура и функции пресс-службы Министерства транспорта РФ. Планирование деятельности пресс-службы. Аналитическое направление деятельности пресс-службы (карта СМИ, мониторинг СМИ). Взаимодействие с журналистами как направление деятельности пресс-службы. Креативное направление деятельности пресс-службы.

### **Тема 4 Антикризисные пиар-технологии в работе государственных пиар-служб.**

Понятие «кризис». Классификация кризисов в государственном управлении. Прогнозирование и планирование как основа антикризисной деятельности в государственном управлении. Роль и функции пресс-служб в период кризиса. Принципы работы со СМИ в ситуации кризиса. Алгоритм антикризисной пиар-стратегии. Примеры эффективных антикризисных кампаний в истории государственного управления (Периоды правления Ф. Рузвельта, У. Черчилля, М. Тэтчер).

### **Тема 5 Формирование и продвижение имиджа государственной власти.**

Имидж государственной власти: понятие, структура, функции. Современные технологии и методы управления имиджем государственной власти. Формирование имиджа государственного (политического) лидера. Стратегии формирования и продвижения имиджа государственной структуры.

### **Тема 6 Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.**

Понятие и стратегии политического маркетинга. Лоббирование. Основные этапы политической кампании. Сегментирование аудитории. Виды пиар-мероприятий по взаимодействию с целевыми аудиториями по время политической кампании.

### **Тема 7 Мониторинг социально-политических процессов как функция пиар-служб.**

Понятие «социально-политические процессы» и их классификация. Теоретические подходы к изучению общественного мнения. Социологические методы изучения общественного мнения. Технологии и этапы менеджмента

новостей.

## Тема 8 Маркетинг государственных целевых программ как функция PR-специалиста.

Целевая программа: понятие, виды, стратегии разработки и управления. Этапы пиар-продвижения целевой программы. Пиар-стратегии взаимодействия с целевыми аудиториями и СМИ. Использование социальной рекламы в продвижении государственных программ.

### 5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Модели PR в системе государственного управления.	2
1	Практическое занятие №2. Пиар-структуры в системе государственного управления России и зарубежных стран.	2
2	Практическое занятие №3. Принципы и методы медиарелейшенз пиар-служб государственных структур.	2
2	Практическое занятие №4. Принципы и методы взаимодействия с целевыми аудиториями пиар-служб государственных структур.	2
3	Практическое занятие № 5 Структура и функции пресс-служб Администрации Президента РФ, Министерства транспорта РФ.	2
3	Практическое занятие № 6. Основные направления деятельности пресс-службы.	2
4	Практическое занятие № 7. Антикризисные пиар-стратегии в деятельности государственных структур	2
4	Практическое занятие № 8. Анализ антикризисных пиар-кампаний в сфере государственного управления	2
5	Практическое занятие № 9. Формирование и продвижение имиджа политического деятеля	2
5	Практическое занятие № 10. Формирование и продвижение имиджа государственной структуры, региона, страны.	2
6	Практическое занятие № 11. Рекламное и пиар-сопровождение избирательных кампаний.	2



Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
6	Практическое занятие № 12. Взаимодействие с целевыми аудиториями в период проведения избирательных кампаний.	2
7	Практическое занятие №13. Методы мониторинга социально-политических процессов.	2
8	Практическое занятие № 14. Рекламное и пиар-сопровождение реализации государственных целевых программ.	2
Итого за семестр		28
Итого по дисциплине (модулю)		28

### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

### 5.6 Самостоятельная работа

№ темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
1	1. Изучение теоретического материала по теме «Организация связей с общественностью в государственных институтах и структурах». (конспект лекций и рекомендуемая литература: [1, 2, 3, 6]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	6
2	1. Изучение теоретического материала по теме «Взаимодействие с целевыми аудиториями в системе государственного и муниципального управления». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [1, 3, 5]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. ПОДГОТОВКА К УСТНОМУ ОПРОСУ.	6
3	1. Изучение теоретического материала по теме «Деятельность пресс-служб в государственных институтах и структурах». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [1, 2, 3, 5].	5



№ темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	
4	1. Изучение теоретического материала по теме «Антикризисные технологии в работе государственных пиар-служб». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [1, 4, 5, 6]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	8
5	1. Изучение теоретического материала по теме «Формирование и продвижение имиджа государственной власти». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [1, 3, 4, 6]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	8
6	1. Изучение теоретического материала по теме «Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [1, 2, 4, 5]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	8
7	1. Изучение теоретического материала по теме «Мониторинг социально-политических процессов как функция пиар-служб». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [2, 3, 5]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	8
8	1. Изучение теоретического материала по теме «Маркетинг целевых программ». Работа с конспектом лекций и рекомендуемой литературой: [2, 3, 5, 6]. 2. Подготовка к выступлениям с докладами и	8

№ темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	сообщениями на семинаре. 3. Подготовка к устному опросу.	
Итого за семестр		57
Итого по дисциплине (модулю)		57

### 5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### а) основная литература:

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; ответственный редактор М. М. Васильева. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00688-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/399117>
2. Охотский, Е. В. Теория и механизмы современного государственного управления в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. В. Охотский. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 367 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03503-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/404048>

### б) дополнительная литература:

3. Государственное антикризисное управление : учебник для бакалавриата и магистратуры / Е. В. Охотский [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Охотского. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 371 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00668-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/399097>
4. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М.



Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 366 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04540-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/406754>

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

8 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

9 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

10 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

11 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

12 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

13 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

14 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

15 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

16 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

17 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).



18 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс]

— Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

19 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] —

Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 14.01.2017).

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

Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 Professional лицензия № 46231032 от 4 декабря 2009 года  Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 лицензия № 43471843 от 07 февраля 2008 года  Acrobat Professional 9 Windows International лицензия № 4400170412 от 13 января 2010 года  Kaspersky Anti-Virus Suite для WKS и FS лицензия № 1D0A1707200926 03110550 от 20 июля 2017 г
---	------------------------	---	---

## **8 Образовательные и информационные технологии**

В процессе преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах» используются классические формы и методы обучения: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

В рамках изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии.

**Входной контроль** проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин, на которых базируется дисциплина «Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах».

**Традиционная лекция** составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия основных теоретических вопросов по темам изучаемой дисциплины. На лекции концентрируется внимание студентов на ключевых проблемах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, сопровождающееся примерами из практики. Материал лекции может излагаться при одновременной демонстрации слайдов, созданных в PowerPoint.

**Практические занятия** проводятся в целях практического закрепления теоретического материала лекции. На практическом занятии студенты выполняют задания по темам дисциплины, выступают с докладами.

Рассматриваемые в рамках практического занятия задания, задачи, ситуации, примеры имеют профессиональную направленность и содержат элементы, необходимые для формирования компетенций в рамках подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Главным содержанием практического занятия является индивидуальная практическая работа каждого студента.

**Самостоятельная работа студента** является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирования навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа с периодическими изданиями и научной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий, в том числе и индивидуальных, получаемых студентом после каждого занятия.

Все задания выносимые на самостоятельную работу выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4. Контроль за выполнением заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель.

### **9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Фонд оценочных средств дисциплины представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой. Фонд оценочных средств дисциплины «Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах» включает: доклады, письменную аудиторную работу.

**Доклад** – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных



результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint.

**Письменная аудиторная работа** включает творческие задания – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке и группой обучающихся; разноуровневые задачи и задания: **репродуктивного** уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; **реконструктивного** уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; **творческого** уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачета с оценкой в 5 семестре.

Зачет с оценкой позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы из соответствующего перечня. К моменту сдачи зачета с оценкой должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

## 9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималън ое значение	максима льное значени е		
Лекция 1	2	3	1	
Практическое занятие 1	2	3	1	
Практическое занятие 2	2	3	2	
Лекция 2	2	3	3	
Практическое занятие 3	2	3	3	
Практическое занятие 4	2	3	4	
Лекция 3	2	3	5	
Практическое занятие 5	2	3	5	
Практическое занятие 6	2	3	6	
Лекция 4	2	3	7	
Практическое занятие 7	3	4	7	
Практическое занятие 8	2	4	8	
Лекция 5	2	3	9	
Практическое занятие 9	2	4	9	
Практическое занятие 10	2	4	10	
Лекция 6	2	3	11	
Практическое занятие 11	3	3	11	
Практическое занятие 12	2	4	12	
Лекция 7	2	3	13	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималъ ное значение	максима льное значени е		
Практическое занятие 13	3	4	13	
Практическое занятие 14	2	4	14	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет с оценкой	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)		
90 и более		5 – «отлично»		
75÷89		4 – «хорошо»		
60÷74		3 – «удовлетворительно»		
менее 60		2 – «неудовлетворительно»		

## 9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем практических занятий;



- выполнение заданий.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета с оценкой.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в СПбГУГА являются: Устав СПбГУГА, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в СПбГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- выполнение заданий.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Реклама и связи с общественностью в государственных институтах и структурах» формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой. Зачет проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

### **9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)**

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

### **9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)**

#### **Основы интегрированных коммуникаций**

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Социальные технологии как результат технологизации современного общества.
- 3 PR-технологии: сущность и особенности.
- 4 Каналы рекламной коммуникации.
- 5 Использование PR-технологий в управлении организационными конфликтами.

### **Письменная коммуникация**

- 1 Понятие и системная модель деловой коммуникации.
- 2 Особенности написания информационных текстов.
- 3 Особенности написания имиджевых текстов.
- 4 Виды и особенности деловых писем.
- 5 Правила оформления делового письма.
- 6 Жанровые и стилевые различия в международной деловой переписке.

### **Правовое обеспечение рекламной деятельности и связей с общественностью**

- 1 Граждане как субъекты гражданских правоотношений (физические лица).
- 2 Нормы информационного права во Всеобщей декларации прав человека и в Конституции РФ.
- 3 Связи с общественностью как объект правового регулирования.
- 4 Проблема юридического определения связей с общественностью.
- 5 Правовое обеспечение интересов обладателей конфиденциальной информации.
- 6 Система российского законодательства в области правовой охраны интеллектуальной собственности.

### **Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования**

- 1 Профессиональные навыки и качества GR специалиста.
- 2 Кодекс этики российских GR специалистов.
- 3 Понятие корпоративной социальной ответственности.
- 4 Понятие и теории групп интересов.
- 5 Понятие GR и его соотношение с PR деятельностью.

### **Профессиональный английский язык**

- 1) How is advertising used in public relations?
- 2) In what way does the success in public relations affect the economic success of the organization?
- 3) What are the five types of public relations advertising?
- 4) What is image-building advertising designed for?
- 5) What can you say about financial advertising?
- 6) What sort of information does public service advertising supply?
- 7) What is the purpose of advocacy advertising?
- 8) What does announcement advertising focus on?
- 9) Who are commentaries about news events written by?
- 10) What does the op-ed piece mean?



- 11) What program do most companies have?
- 12) When was the concept of “op-ed” made famous? What was its purpose?
- 13) Why do most newspapers run “op-ed”?

### 9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Критерии	Показатели
<p>Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правовые основы рекламной и пиар-деятельности.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять рекламную и пиар-деятельность в государственных структурах на основе правовых знаний.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками правового анализа рекламной и пиар-деятельности государственных структур.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание правовых основ рекламной и пиар-деятельности;</li> <li>- способность осуществлять рекламную и пиар-деятельность в государственных структурах в соответствии с нормами права;</li> <li>- способность осуществлять экспертизу рекламной и пиар-деятельности государственных структур на предмет соответствия законодательным нормам;</li> </ul>

Критерии	Показатели
<p>Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных структурах.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять профессиональные функции пиар-специалиста в пресс-службах и пиар-службах государственных структур;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации пиар-деятельности в государственных структурах.</li> </ul> <p>Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знание структуры и функций пиар-отделов и пресс-служб государственных структур;</li> <li>- знание основных направлений рекламной и пиар-деятельности государственных структур и институтов;</li> <li>- способность осуществлять планирование рекламной и пиар-деятельности в государственной структуре, формировать медиапланы и медиакарты;</li> <li>- владение навыками работы со СМИ,</li> <li>- владение навыками написания пиар-текстов и рекламных текстов;</li> <li>- знание принципов организации и</li> </ul>



Критерии	Показатели
<p>организации отделов рекламы и связей с общественностью в государственных структурах.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать взаимодействие с целевыми аудиториями государственных институтов и структур.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками медиарилейшенз, организации основных и специальных пиар-мероприятий в сфере государственного управления.</li> </ul> <p>Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- классификацию видов организационных коммуникаций.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять целевые аудитории пиар-деятельности государственных структур.</li> </ul>	<p>планирования работы отделов рекламы и связей с общественностью в государственных структурах;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание методов сегментирования целевых аудиторий государственных структур;</li> <li>- способность организовывать основные и специальные пиар-мероприятия, предназначенные для СМИ, общественных организаций, граждан;</li> <li>- знание принципов, этапов и методов планирования рекламных и пиар-кампаний для внешних аудиторий;</li> <li>- способность планировать и реализовывать пиар-мероприятия, направленные на сотрудников государственных структур;</li> </ul>

Критерии	Показатели
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации и проведения рекламных и пиар-кампаний в сфере государственного управления;</li> <li>- стратегиями формирования и продвижения имиджа государственных деятелей, институтов, структур.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность анализировать компоненты и стратегии имиджа государственных деятелей, институтов,</li> <li>- знание пиар-стратегий продвижения имиджа государственных субъектов.</li> </ul>

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за зачет с оценкой – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («экзамен сдан») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – зачет с оценкой не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– *3 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;



– 7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– 8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– 9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– 10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)**

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1 Организация связей с общественностью в государственных институтах и структурах.

Вопросы:

- 1 Характеристика и сравнительный анализ моделей PR в системе государственного управления.
- 2 Структура и функции пиар-службы Администрации Президента РФ.
- 3 Субъекты государственного пиар-рынка в России.

Тема 2 Взаимодействие с целевыми аудиториями в системе государственного и муниципального управления.

Вопросы:

- 1 Виды и характеристика целевых аудиторий в системе государственной власти.
- 2 Взаимодействие со СМИ в системе государственного управления: принципы, направления и методы деятельности.
- 3 Специфика взаимодействия с общественно-политическими организациями.



Тема 3 Деятельность пресс-служб в государственных институтах и структурах.

Вопросы:

- 1 Структура и функции пресс-службы государственного ведомства (на примере российских и зарубежных государственных ведомств).
- 2 Основные подходы к планированию деятельности пресс-службы государственной организации.
- 3 Основные направления деятельности пресс-службы.

Тема 4 Антикризисные пиар-технологии в работе государственных пиар-служб.

Вопросы:

- 1 Основные принципы и методы антикризисной деятельности пиар-службы государственного ведомства.
- 2 Принципы работы со СМИ в период кризиса.
- 3 Анализ пиар-сопровождения антикризисных кампаний в истории государственного управления.

Тема 5 Формирование и продвижение имиджа государственной власти.

Вопросы:

- 1 Имидж государственной власти: понятие, структура, функции.
- 2 Современные технологии и методы управления имиджем государственной власти.
- 3 Анализ имиджа государственного (политического) лидера.
- 4 Медиа-стратегии формирования имиджа государственной службы.

Тема 6 Аналитическое и информационное сопровождение политической кампании.

Вопросы:

- 1 Основные этапы политической кампании.
- 2 Информационное сопровождение избирательных кампаний.
- 3 Методы сегментирования аудитории во время политических кампаний.
- 4 Виды пиар-мероприятий по взаимодействию с целевыми аудиториями по время политической кампании.

Тема 7 Мониторинг социально-политических процессов как функция пиар-служб.

Вопросы:

- 1 Понятие «социально-политические процессы» и их классификация.
- 2 Теоретические подходы к изучению общественного мнения.
- 3 Социологические методы изучения общественного мнения.

Тема 8 Маркетинг государственных целевых программ как функция PR-

специалиста.

Вопросы:

- 1 Целевая программа: понятие, виды, стратегии разработки и управления.
- 2 Этапы подготовки и реализации целевой программы на федеральном уровне государственного управления.
- 3 Пиар-стратегии взаимодействия с целевыми аудиториями и СМИ.
- 4 Концепция электронного правительства.

### **Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой для проведения промежуточного контроля по дисциплине**

- 1 Специфика PR в государственном и муниципальном управлении (ГМУ): цели, задачи, основные направления деятельности
- 2 Научно-исследовательское обеспечение PR в системе ГМУ
- 3 Модели PR в системе государственного управления
- 4 Субъекты государственного PR-рынка (на примере США)
- 5 Субъекты государственного PR-рынка в России (федеральный, региональный, местный уровни)
- 6 Виды PR-мероприятий в системе ГМУ
- 7 Взаимодействие с целевыми аудиториями в системе ГМУ
- 8 Взаимодействие со СМИ в государственном PR
- 9 PR-технологии взаимодействия государственных органов с населением
- 10 PR-технологии взаимодействия государственных органов с общественно-политическими организациями
- 11 Особенности PR-коммуникаций в системе муниципального управления
- 12 Пресс-служба в системе ГМУ: виды, структура, функции
- 13 Планирование деятельности пресс-службы
- 14 Аналитическое направление деятельности пресс-службы (карта СМИ, мониторинг СМИ)
- 15 Взаимодействие с журналистами как направление деятельности пресс-службы
- 16 Креативное направление деятельности пресс-службы (создание информационных поводов)
- 17 Антикризисные PR-технологии в системе государственного и муниципального управления
- 18 Понятие и стратегии политического маркетинга
- 19 Аналитическое и информационное сопровождение политической (предвыборной) кампании
- 20 Имидж государственной власти: структура, функции, особенности
- 21 Управление имиджем государственной власти (современные технологии и методы продвижения)
- 22 Формирование имиджа государственного (политического) лидера
- 23 Лоббирование в государственном и политическом PR



24 Федеральная целевая программа: понятие, виды, стратегии разработки и управления

25 Маркетинг федеральных целевых программ как функция PR-специалиста

## **10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;



– определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в них вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрификацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.



Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов

- подготовку к письменной аудиторной работе

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.



Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры №1 «Философии и социальных коммуникаций» «18» января 2016 года, протокол № 6.

Разработчики:

к.с.н., доцент

Таджибова Л.Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)*

Заведующий кафедрой:

к.ф.н., доцент

Майор М.Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)*

Программа согласована:

Декан факультета

к.ф.н., доцент

Майор М.Н.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы декана факультета)*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20» января 2016 года, протокол № 3.

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол №10 (в соответствии с Приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»).