

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА» в г. НОВОРОССИЙСКЕ
(НФ БГТУ им. В.Г.Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор НФ БГТУ им. В.Г. Шухова
к.ф.н./доц. Чистяков И.В.



« 11 » сентября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ВНЕШНИЙ И ВНУТРЕННИЙ PR»

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом
Профиль Управление персоналом организации

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Кафедра технических дисциплин

Новороссийск – 2023

Рабочая программа составлена на основании требований:

▪ Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования –бакалавриат по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом (с изменениями и дополнениями), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования 12 августа 2020 года № 955 (зарегистрировано в Минюсте РФ 25 августа 2020 года, регистрационный № 59446)

▪ учебного плана, утвержденного Ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2023 году.

Составитель: к.э.н., доцент

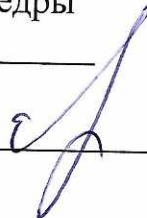


Е.В. Агамагомедова

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

« 10 » 04 2023 г., протокол № 16

Заведующий кафедрой: д.т.н., профессор.



Г.Ю. Ермоленко

Рабочая программа одобрена научно-методическим советом НФ БГТУ им. В. Г. Шухова

« 11 » октября 2023 г., протокол № 8

Председатель: к.ф.н., доцент



И.В. Чистяков

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.8. Осуществляет планирование PR-компаний для внешних и внутренних целевых групп общественности, управляет коммуникационной политикой, разрабатывает программы проведения мероприятий по связям с общественностью	<p>1. В результате освоения дисциплины, обучающийся должен знать основные закономерности возникновения и развития PR, (паблик – рилейшиз). Знать способы учета общественного мнения. Знать методы изложения и интерпретации знаний, связанных с внешними и внутренними коммуникациями в организации.</p> <p>2. Уметь эффективно использовать основные понятия и определения PR. Уметь определять эффективность рекламы как формы массовой коммуникации. Уметь использовать основополагающие принципы PR.</p> <p>3. Владеть навыками организации и проведения PR-компаний. Владеть навыками теоретических основ системы управления PR. Владеть навыками воздействия PR на Общественное мнение</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

Стадия	Наименование дисциплины (модуля)
1	Социология
2	Лидерство и управление командой
3	Корпоративная культура
4	Управление общественными отношениями

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. единиц, 108 часов.

Форма промежуточной аттестации – зачет

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7 часов в семестре
Общая трудоемкость дисциплины, час	108	108
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	54	54
лекции	34	34
лабораторные	-	-
практические	17	17
консультации	3	3
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	54	54
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задания		
Индивидуальное домашнее задание	9	9
<i>Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические и лабораторные занятия)</i>	45	45
Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	зачет	зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4.1. Наименование тем, их содержание и объем
Курс 4 Семестр 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1. Возникновение и развитие внешнего и внутреннего PR					
	PR – основные понятия и определения. PR: эволюция, научные основы, сущность. Цели и основы PR. Формирование общественного мнения в необходимом направлении. Роль коммуникаций как внешних, так и внутренних в организации. PR как функция менеджмента.	4	2		4
2. Принципы и функции PR.					
	Основополагающие принципы PR. Контроль поведения и общественного мнения для удовлетворения потребностей и интересов организации. Реагирование на проблемы, выявленные общественностью. Налаживание взаимовыгодных отношений между различными группами общественности. Роль внутренних и внешних функций PR, реализуемых отдельными направлениями организации работы персонала.	2	1		4
3. История и развитие PR.					
	1. Предпосылки PR с Античного мира. 1. Античное красноречие (риторика) 2. Религиозная коммуникация. 3. Судебная риторика. 4. Парламентская речь. 5. Реклама и пропаганда. 6. Литературная коммуникация. 7. Собственно PR. Развитие и внедрение PR в Европе. Роль России в истории развития PR как науки об установлении социальных связей. 2. Четыре периода развития PR в России: Зарождение; Стадия роста и становления; Активное развитие российских PR; Формирование собственного рынка PR. Проблемы, связанные с развитием PR в России.	2	1		4
4. Правовые основы PR-деятельности.					
	Система права, регулирующая PR-деятельность. Информационные отношения. Виды операций с информацией. Роль договорных отношений (договор) в работе PR-специалистов в партнерами.	4	2		4
5. Технологии PR					
	Коммуникативные технологии достижения взаимопонимания между различными общественными группами. Технологии и содержание PR в условиях	4	2		4

социального окружения организаций. Основные потенциальные адресаты PR: 1. Рыночная среда; 2. Органы власти; 3. Социальные организации; 4. Средства массовой информации (СМИ); 5. Население; 6. Персонал организации. Приоритетные группы общественности в поле деятельности PR.				
6. Корпоративная культура и фирменный стиль.				
Корпоративный стиль. Управление корпоративной идентичностью. Корпоративная миссия. Корпоративная идентичность. Корпоративный имидж. Роль фирменного стиля в создании имиджа организации.	2	1		4
7. Благотворительность, патронаж и спонсорство.				
Организационные формы финансового сотрудничества организации. Роль спонсорства, патронажа и благотворительности в рамках PR.	2	1		3
8. Организация, управление и эффективность PR.				
Организация и управление PR. Роль внешнего и внутреннего PR в процессе управления. Управленческий процесс и этапы его развития. Роль коммуникативных процессов в реализации планирования, организации, координации и контроля. Факторы, влияющие на выбор типа организации PR-деятельности.	4	2		4
9. Планирование PR.				
Планирование PR как процесс органического синтеза перспективного и оперативного планирования общественных связей. Программа PR и ее основные этапы. Бюджет и основные направления затрат. Координация и сопряжение различных целевых групп. Реализация программы.	2	1		4
10. Инструментарий связей с общественностью.				
Информационный ресурс и механизм функционирования СМИ. Система массовой коммуникации в контексте социально значимых сообщений между людьми. Информационное воздействие, распространение и использование информационных ресурсов. Три подхода к определению сущности информационного ресурса.	2	1		3
11. Внешний и внутренний PR в системе управления персоналом.				
Структура PR – подразделения в организации. Организационное обеспечение согласия внешней и внутренней политики. Служба связей с общественностью и ее структура в системе управления персоналом.	2	1		3
12. Основные направления деятельности и связей с общественностью в управлении персоналом.				
Работа в организации с персоналом PR. Внешние и внутренние потоки PR (коммуникации) «сверху» и «снизу». Электронная почта, корпоративной сайт, доска объявлений и информации, внутренние радио и телевидение, корпоративные издания, корпоративный музей, корпоративные праздники, информация по социальным вопросам – необходимый атрибут PR.	4	2		4
ВСЕГО	34	17		45

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	Кол-во часов	Кол-во часов СРС
семестр № 7				
1	Возникновение и развитие внешнего и внутреннего PR	PR: эволюция, научные основы, сущность. Цели и основы PR. Формирование общественного мнения в необходимом направлении. Роль коммуникаций как внешних, так и внутренних в организации. PR как функция менеджмента.	2	2
2	Принципы и функции PR	Основополагающие принципы PR. Контроль поведения и общественного мнения для удовлетворения потребностей и интересов организации. Реагирование на проблемы, выявленные общественностью. Налаживание взаимовыгодных отношений между различными группами общественности. Роль внутренних и внешних функций PR, реализуемых отдельными направлениями организации работы персонала.	1	2
3	История и развитие PR.	Античный мир и предпосылки развития PR. Развитие и внедрение PR в Европе. Роль России в истории развития PR как науки об установлении социальных связей. Четыре периода развития PR в России: Формирование собственного рынка PR.	1	2
4	Правовые основы PR-деятельности	Система права, регулирующая PR-деятельность. Информационные отношения. Виды операций с информацией. Роль договорных отношений (договор) в работе PR-специалистов в партнерами.	2	1
5	Технологии PR	Коммуникативные технологии достижения взаимопонимания между различными общественными группами. Технологии и содержание PR в условиях социального окружения организаций. Основные потенциальные адресаты PR	2	2
6	Корпоративная культура и фирменный стиль	Корпоративный стиль. Управление корпоративной идентичностью. Корпоративная миссия. Корпоративная идентичность. Корпоративный имидж. Роль фирменного стиля в создании имиджа организации.	1	1
7	Благотворительность, патронаж и спонсорство	Организационные формы финансового сотрудничества организации. Роль спонсорства, патронажа и	1	1

		благотворительности в рамках PR.		
8	Организация, управление и эффективность PR	Организация и управление PR. Роль внешнего и внутреннего PR в процессе управления. Управленческий процесс и этапы его развития. Роль коммуникативных процессов в реализации планирования, организации, координации и контроля. Факторы, влияющие на выбор типа организации PR-деятельности.	2	2
9	Планирование управления PR	Планирование PR как процесс органического синтеза перспективного и оперативного планирования общественных связей. Программа PR и ее основные этапы. Бюджет и основные направления затрат. Координация и сопряжение различных целевых групп.	1	2
10	Инструментарий связей с общественностью	Информационный ресурс и механизм функционирования СМИ. Система массовой коммуникации в контексте социально значимых сообщений между людьми. Информационное воздействие, распространение и использование информационных ресурсов. Три подхода к определению сущности информационного ресурса.	1	1
11	Внешний и внутренний PR в системе персоналом	Структура PR – подразделения в организации. Организационное обеспечение согласия внешней и внутренней политики. Служба связей с общественностью и ее структура в системе управления персоналом	1	2
12	Основные направления деятельности и связей с общественностью в управлении персоналом.	Внешние и внутренние потоки PR (коммуникации) «сверху» и «снизу». Электронная почта, корпоративной сайт, доска объявлений и информации, внутренние радио и телевидение, корпоративные издания, корпоративный музей, корпоративные праздники, информация по социальным вопросам – необходимый атрибут PR.	2	2
ИТОГО:			17	20

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом

4.4. Содержание курсовых проектов

Не предусмотрено учебным планом

4.5. Перечень индивидуальных домашних заданий

1. Роль корпоративных социальных программ в управлении внешним и внутренним PR.

2. «Паблик-рилейшнз» как функция управления.
3. Суть коммуникаций в обмене информацией между двумя и более людьми.
4. Внешние и внутренние коммуникации в организации.
5. Три основные функции в паблик рилейшнз.
6. Основные периоды развития PR.
7. Корпоративная культура и ее роль в PR-деятельности.
8. Организационно-финансовое сотрудничество организаций с социальными партнерами.
9. Организация и управление PR.
10. PR как функция менеджмента.
11. Специфика PR-агентства в России и за рубежом: сходства и отличия.
12. Стратегический подход к управлению PR.
13. Факторы, влияющие на выбор типа организации PR-деятельности.
14. Основные принципы формирования организационной структуры управления PR в организации.
15. Планирование PR. Виды планов.
16. Анализ и оценка эффективности PR.
17. Инструментарий связей с общественностью.
18. Роль массовых коммуникаций в системе взаимосвязей между людьми.
19. Три подхода к определению сущности информационного ресурса.
20. Внутренний и внешний PR в системе управления персоналом.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1. Компетенция УКЗ. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Наименование индикатора достижения компетенций	Индивидуальные средства оценивания
УК-3.8. осуществляет планирование PR – компаний для внешних и внутренних целевых групп общественности, управляет коммуникационной политикой, разрабатывает программы проведения мероприятий по связям с общественностью	Зачет, тестовый контроль, устный опрос

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации Примерные варианты тестовых заданий

5.3 Типовые контрольные задания для текущего контроля в семестре

1. Основные принципы PR можно сформулировать следующим образом:
 - PR – это профессия для оказания услуг;

- PR – это профессия, в которой главное место занимает не собственная выгода, а интересы общественности;
- PR – это способность удовлетворения общественных интересов и их выполнения;
- PR – это позиция между организацией и окружающей ее общественностью;
- PR – это средство управления, способствующая налаживанию или поддержке взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или неудача.

2. Паблик рилейшнз реализует основные функции:

- контроль поведения и мнения общественности для удовлетворения потребностей и интересов непосредственно организации, которую представляют PR-мены;
- налаживание взаимовыгодных отношений между всеми группами общественности;
- реагирование на общественность, т.е. когда организация стремится угодить той группе общественности, от которой зависит ее судьба;
- плодотворной и полезной модели компромисса рассматривает целевые группы общественности как партнеры организации.

3. Различия внутренних и внешних функций PR – это:

- принципы, которые защищают важнейшие человеческие желания;
- установление внутренних достижений эффективности работы фирмы (организации), где объектом воздействия PR-специалистов выступают, собственно, компания и ее персонал;
- использование внешних связей за пределами фирмы (организации), где объектом воздействия являются потребители услуг и товаров;
- целенаправленная деятельность, ориентированная на изучение общественного мнения различных групп населения.

4. Виды убеждающей коммуникации – это:

- античное красноречие (риторика);
- религиозная коммуникация;
- судебная риторика;
- парламентская речь;
- реклама и пропаганда;
- литературная коммуникация;
- собственно PR;
- идеологическая коммуникация.

5. Периоды развития PR:

- зарождение;
- стадия роста и становления;
- активное развитие зарубежных PR;
- активное развитие российских PR;

- формирование собственного рынка PR;
- развитие правовой базы;
- развитие гражданского общества.

6. Маркетинговые коммуникации – это:

- средства любых объектов материального и духовного мира;
- общение, передача информации, обмен информацией в обществе;
- обмен знаниями, идеями, фактами, образами, целями, эмоциями и ценностями;
- комплексная деятельность по производству и сбыту продукции, направленная на удовлетворение платежных потребностей;
- обмен информацией;
- рекламный элемент;
- элемент стимулирования продаж.

7. Анализ и оценка эффективности PR – это:

- увеличение масштабов PR-деятельности;
- подъем PR-деятельности на более высокий профессиональный уровень;
- желание топ-менеджеров получить отдачу от затраченных ресурсов;
- стимул работать лучше;
- механизм развития отношений в PR-деятельности.

5.2.1 Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Сущность, цели и основы PR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие определения PR можете привести? 2. В чем заключается главная цель PR? 3. Какие задачи решает PR? 4. Назовите основные этапы становления PR в США и в Европе. 5. Назовите основные этапы становления PR в России.
2	Технологии PR	<ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается социальная среда организации? 2. В какой формуле содержится основа структуры PR? 3. Роль социального окружения организации в процессе ее деятельности. 4. Охарактеризуйте основные потенциальные адресаты PR. 5. Перечислите принципы PR. 6. Перечислите функции PR.
3	Корпоративная культура и фирменный стиль	<ol style="list-style-type: none"> 1. Раскройте суть корпоративной культуры. 2. В чем заключается управление корпоративной идентичностью? 3. Какова роль фирменного стиля в корпоративной культуре? 4. Охарактеризуйте фирменный стиль в создании имиджа организации.

4	Благотворительность, патронаж и спонсорство	<ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается организационно-финансовое сотрудничество организации с социально культурной сферой? 2. Охарактеризуйте роль сферы спонсирования в PR 3. В чем заключается специфика благотворительности в рамках PR? 4. Каковы особенности патронажа в рамках PR? 5. Что такое социальная среда организации?
5	Организация, управление и эффективность PR	<ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается организация и управление PR? 2. Раскройте суть процесса управления PR-деятельностью. 3. Обоснуйте роль и отличие между внешней и внутренней PR-деятельностью в организации. 4. На какие вопросы отвечает менеджмент PR? 5. Какими факторами обусловлена необходимость проведения экономической оценки PR-деятельности?
6	Информационный ресурс и механизм функционирования СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите виды инструментария связи с общественностью. 2. В чем заключается глобальная трансформация индустриального общества в контексте информационно-коммуникативного сопровождения? 3. Раскройте суть места и роли коммуникаций в развитии общества. 4. В чем заключается сущность информационного ресурса? 5. Обоснуйте СМИ как особый вид массовой коммуникации.
7	Практика общественного взаимодействия корпораций	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обоснуйте роль корпоративных средств массовой информации как формы периодического распространения социальной информации. 2. Определите понятие массовой коммуникации в информационном обществе. 3. В чем заключается смысл общественного взаимодействия корпораций? 4. Перечислите функции СМИ применительно к внешнему и внутреннему PR. 5. Обоснуйте приоритетные инструменты связей с общественностью.
8	PR в системе управления персоналом	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте структуры PR-подразделения в организации. 2. Обозначьте роль службы связей с общественностью в реализации внешнего и внутреннего PR. 3. Перечислите основополагающие задачи, стоящие перед PR в системе управления персоналом. 4. Раскройте ключевое направление структур PR, обеспечивающих развитие и поддержание связей с органами государственной власти и управления. 5. В чем заключаются различия и сходства в работе PR-специалистов и пресс-секретаря организации?

9	Основные направления деятельности и связей с общественностью в управлении персоналом	<ol style="list-style-type: none">1. Охарактеризуйте задачи, стоящие перед внутренним PR, необходимыми для построения широкой системы внутренних коммуникаций.2. В чем заключаются и отличаются этапы работы с системой внутренних коммуникаций?3. Какие функции осуществляются в рамках ключевого направления деятельности PR-служб?4. В чем заключаются основные направления PR-деятельности в рамках управления персоналом?5. Что относится к системе внутренних и внешних коммуникаций организации, и каковы основные этапы работы с системой внутренних коммуникаций?
---	--	--

5.2.2 Перечень контрольных материалов для защиты КП/КР непредусмотрено учебным планом

При промежуточной аттестации в форме зачета используется следующая шкала оценивания: зачтено, не зачтено.

Критериями оценивания достижения показателей являются:

Наименование показателя, результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Знания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знания сущности, цели и основ PR. 2. Знания понятия и сущности функций менеджмента. 3. Четкость изложения и интерпретация знаний, связанных с внешними и внутренними коммуникациями в организации. 4. Объем освоенного материала. 5. Полнота ответов на вопросы.
Умения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Умение ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности функций менеджмента. 2. Возможность использовать умения, связанные со способностью формирования общественного мнения в необходимом направлении. 3. Умение владеть способностью контроля поведением, мнением, информированностью и настроением персонала. 4. Умение использовать основополагающие принципы PR.
Навыки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Владеть навыками установления и поддержания двухстороннего общения между организацией и общественностью. 2. Умение владеть навыками воздействия PR на общественное мнение или определенной ее части. 3. Владеть навыками теоретических основ системы управления PR.

Оценка преподавателем выставляется интегрально, с учетом показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателям

знания

Критерий	Уровень освоения оценки	
	Не зачтено	Зачтено
Знание основных теоретических терминов, определение понятий внешнего и внутреннего PR	Не знает основных теоретических терминов, определение понятий внешнего и внутреннего PR	Знает термины, определения, при этом может допускать неточности формулировок
Знание основных аспектов корпоративной и социальной политики, культуры, закономерностей, соотношений и принципов	Не знает основных аспектов корпоративной и социальной политики, культуры, закономерностей, соотношений и принципов построения знаний	Владеет знаниями основных аспектов корпоративной и социальной политики, культуры, закономерностей, соотношений и принципов
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает материал дисциплины в достаточном объеме, однако, возможно усвоил не все его детали.

Полнота ответов на вопросы	на	Не дает ответа на большинство вопросов	на	Дает ответы на вопросы, но не полные
----------------------------	----	--	----	--------------------------------------

Оценка сформированности компетенций по показателям
умения

Критерий	Уровень освоения оценки	
	Не зачтено	Зачтено
Умение ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности понятий внешнего и внутреннего PR	Не умеет ориентироваться и использовать в профессиональной деятельности понятий внешнего и внутреннего PR	Хорошо ориентируется и использует в профессиональной деятельности понятий внешнего и внутреннего PR
Возможность использовать умения, связанные с управлением корпоративной культурой и социальной политикой, закономерности, соотношения и принципы	Не умеет использовать умения, связанные с управлением корпоративной культурой и социальной политикой	На достаточно приемлемом уровне умеет использовать технологии, связанные с управлением корпоративной культурой
Умение владеть способностью к анализу, моделированию технологий управления общественными отношениями	Не умеет владеть способностью к анализу, моделированию технологий управления общественными отношениями	Владеет способностью к анализу, моделированию технологий управления общественными отношениями, хотя возможны и некоторые неточности

Оценка сформированности компетенций по показателям
навыки

Критерий	Уровень освоения оценки	
	Не зачтено	Зачтено
Владеть навыками применения в профессиональной деятельности технологий внешнего и внутреннего PR	Не владеет навыками применения в профессиональной деятельности технологий внешнего и внутреннего PR	Владеет навыками применения в профессиональной деятельности технологий внешнего и внутреннего PR
Владеет навыками постановки цели и выбора путей ее достижения	Не владеет постановки цели и выбора путей ее достижения	На достаточно приемлемом уровне излагает основные цели и выбор путей, связанных с ее достижением
Владеет навыками теоретических основ сущности социальной политики	Не знает теоретических основ сущности социальной политики	Владеет навыками, связанными с теоретическими основами сущности социальной политики

6.1 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ и УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием площади и номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)
Кабинет общегуманитарных и социально-экономических дисциплин для проведения учебных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель, кондиционер, персональный компьютер с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала, интерактивная доска, веб-камера, графический планшет	353919, Краснодарский край, г. Новороссийск, ул. Мысхакское шоссе, дом № 75, аудитория № 360, 53,1 кв.м., этаж 2, помещение 360
Учебное помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, самостоятельной работы. Специализированная мебель, персональный компьютер с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала, мультимедийный проектор и экран, веб-камера, графический планшет	353919, Краснодарский край, г. Новороссийск, ул. Мысхакское шоссе, дом № 75, аудитория № 413, 35,8 кв.м., этаж 4, помещение 413
Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы с выходом в сеть Интернет. Специализированная мебель, кондиционер, персональные компьютеры с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала, веб-камера, графический планшет	353919, Краснодарский край, г. Новороссийск, ул. Мысхакское шоссе, дом № 75, аудитория № 414, 35,8 кв.м., этаж 4, помещение 414

Доступная среда

В НФ БГТУ им. В.Г. Шухова при создании безбарьерной среды учитываются потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

В образовательной организации обеспечен беспрепятственный доступ в здание инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья.

Для лиц с нарушением работы опорно-двигательного аппарата обеспечен доступ для обучения в аудиториях, расположенных на первом этаже, также имеется возможность доступа и к другим аудиториям.

Для лиц с нарушением зрения, слуха имеется аудитория, обеспеченная стационарными техническими средствами.

В сети «Интернет» есть версия официального сайта учебной организации для слабовидящих.

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 10 OEM	Предустановлена на ПК
2	Microsoft Office Professional Plus 2007	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
3	Dr. Web Security Space 12	сублицензионный договор 490 от 10.08.2021
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3 Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон «О государственной гражданской службе в Российской Федерации».
3. Федеральный закон «О муниципальной службе в Российской Федерации».
4. Федеральный закон «О рекламе».
5. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
6. Василенко И.А. Государственное и муниципальное управление: учебник для бакалавров/ И.А. Василенко. - М.: Изд-во «Юрийт», 2013.- Глава 13 «всвязи с общественностью в государственных организациях». – С.431-477.
7. Гладкова А.А. Современные технологии в стратегии развития городской среды// Муниципальный журнал «Управление городом: теория и практика». – 2019.- №1 (32).- С.86-93.
8. Синяева И.М. Паблик рилейшинз. Толковый словарь/И.М. Синяева.- М.: Дашков и К, 2013.
9. Муниципальная информационная система «активный горожанин». Сайт администрации городского округа «Город Белгород».
10. Шарков Ф.И. Паблик рилейшинз, учебник/Ф.И. Шарков.- М.: Дашков и К, 2013.-330с.
11. Баранов Д.Е. PR. Теория и практика: учебник/Д.Е. Баранов.-М: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013.-353с.
12. Бердников И.П. PR –коммуникации: учебное пособие/И.П. Бердников.- М.: Дашков и К, 2012.-208с.
13. Грачев А.С. PR – служба компании: учебное пособие/А.С. Грачев М.6 Дашков и К, 2012.-160с.
14. Китчен Ф. Паблик рилейшинз. Принципы и практика: учебное пособие/Ф. Китчен. - М.: ЮНИТИ-ДАНА,2012.
15. Шестаков Ю.А. История рекламы: учебное пособие. М.РИОР ИНФРА – М., 2016.

6.4 Перечень интернет-ресурсов

1. <http://www.constitution.ru>
2. <http://www.garant.ru>
3. <http://www.consultant.ru>
4. <http://www.elibrari.ru>
5. <http://www.iprbookshop.ru>

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 202_ / 202_ учебный год.
Протокол № _____ заседания кафедры от «___» _____ 202__ г.

Заведующий кафедрой: д.т.н., профессор Г.Ю. Ермоленко
ученая степень и звание подпись инициалы, фамилия

Директор филиала: к.ф.н., доц. И.В. Чистяков
ученая степень и звание подпись инициалы, фамилия

(или)

Утверждение рабочей программы с изменениями, дополнениями

Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 202_ / 202_ учебный год.

Протокол № _____ заседания кафедры от «___» _____ 202__ г.

Заведующий кафедрой: д.т.н., профессор Г.Ю. Ермоленко
ученая степень и звание подпись инициалы, фамилия

Директор филиала: к.ф.н., доц. И.В. Чистяков
ученая степень и звание подпись инициалы, фамилия

Примечание: пункт 5. Утверждение рабочей программы (на каждый учебный год) выполняются на отдельных листах.