

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)

Филологический институт
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Декан филологического института

« 31 » _____ 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы PR-деятельности

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело
(уровень бакалавриата)
Квалификация выпускника – бакалавр
Форма обучения – очная
Курс – ОФО – 1 курс (1 семестр)

Луганск, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы PR-деятельности» является частью основной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, очной формы обучения.

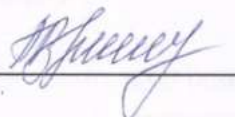
Составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Луганской Народной Республики от 23 августа 2018 г. № 789-од.

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. пед. наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела
ГООУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»
Гамина Татьяна Сергеевна

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела филологического факультета
«26» августа 2021 г., протокол № 1

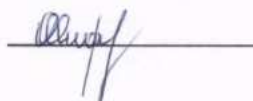
И.о. заведующего кафедрой



Дроздова А.В.

ОДОБРЕНА на заседании учебно-методической комиссии
филологического факультета
«31» августа 2021 г., протокол № 1

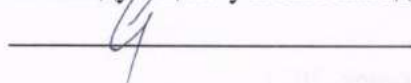
Председатель



О.В. Мифтахова

СОГЛАСОВАНО:

И.о. заведующего учебно-методическим отделом



В.В. Савенков

« 31 » августа 2021 г.

Структура и содержание учебной дисциплины

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Основное назначение курса «Основы PR-деятельности» для бакалавров очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.03 Издательского дела состоит в овладении студентами методическими знаниями об организации и осуществлении процесса обучения в системе высшего образования.

Актуальность дисциплины обусловлено тем, что установление эффективных связей с общественностью («public relations» – PR) – неотъемлемая часть современного стиля в зарубежной и отечественной практике.

Сегодня под публик рилейшнз подразумевают важнейшую функцию управления в бизнесе, политике, журналистике, издательском деле и ряде других сфер жизнедеятельности общества, цель которого – способствовать установлению и поддержанию взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит успех или неудача этой организации. Именно публик рилейшнз в демократическом обществе является совокупностью методов и технологий, которые позволяют воздействовать на формирование общественного мнения в нем.

Основная цель курса «Основы PR-деятельности» – предоставление возможности студентам ознакомиться с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов и широкомасштабных программ.

В процессе изучения курса у студентов формируются представления о понятийном аппарате данной дисциплины, принципах и закономерностях функционирования сферы связей с общественностью, изучаются особенности реализации современных PR-проектов и программ, их учет при принятии управленческих отношений; формирование профессиональных компетенций, установленных данной программой.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о роли и значении PR-технологий в современном обществе;
- обобщить знания о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России, познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития мирового PR, уяснить специфику российской ситуации;
- изучить инструментарий связей с общественностью в сферах политики, бизнеса, журналистики, издательского дела;
- освоить основные методы и технологии связей с общественностью в бизнесе, в политике, журналистике, сфере издательского дела;
- изучить специфику взаимодействия между государством, обществом и некоммерческими структурами в аспекте PR-деятельности;
- изучить основные методы влияния на целевые аудитории в сфере связей с общественностью;
- изучить специфические особенности комплекса связей с общественностью;
- познакомить с существующими проблемами в развитии связей с общественностью в органах государственной власти.
- познакомить с важнейшими направлениями PR-работы, их специфике, возможностях и последствиях в сфере государственного управления, политики, бизнеса, журналистики, издательского дела.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Основы PR-деятельности» относится к вариативной части Блока 1. Дисциплины (модули), индекс дисциплины Б1.В.ДВ.10.02.

Необходимыми условиями для освоения учебной дисциплины являются: навыки организации самостоятельной работы, самообразования, самосовершенствования, развития профессионального мышления, рефлексивных умений и творческих способностей. Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Введение в специальность», «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ», «Теория текста». Освоение дисциплины является необходимой основой для изучения дисциплин «Информационные технологии», «Современные виды и типы аргументации», «Авторская деятельность в СМИ», прохождения обучающимися практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Подготовка бакалавра по профессиональному образованию в ВУЗах требует, чтобы будущий специалист в области издательского дела знал основные направления PR-работы и современные PR-технологии. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Основы PR-деятельности» способствует формированию навыков анализа деятельности PR-служб в органах государственной власти, оценивать эффективность их работы.

Рабочая программа дисциплины определяет состав компетенций, трудоемкость по видам учебной работы, возможность выбора индивидуальной образовательной траектории, перечень применяемых образовательных технологий, систему оценочных средств.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Основы PR-деятельности», должны:

В результате освоения дисциплины студент должен

знать:

- структуру, роль и место связей с общественностью в современном обществе;
- основные направления управления общественными отношениями;
- базовые понятия дисциплины: Public relations – PR, общественное мнение, паблисити, имидж, пресс-тур, бэкграундер, медиа-кит, лоббизм, журналистский пул, аутсорсинг.
- методы, функции и особенность становления связей с общественностью;
- основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России, ЛНР;
- основные тенденции развития мирового PR;
- назначение и смысл деятельности PR-служб;
- основные принципы оценки эффективности деятельности PR-служб;
- специфику работы в области издательского дела;
- особенности развития связей с общественностью на современном этапе;

уметь:

- применять различные методы решения организационных, медийных и PR проблем в ходе проведения рекламных и PR-кампаний;
- механизм взаимодействия со средствами массовой информации, методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных; уметь:
 - обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
 - проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
 - осуществлять профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации, культуры, спорта, Интернете, социальных сетях;
 - оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
 - вести самостоятельный поиск информации по проблемам курса в интернете и других средствах массовой информации;

- анализировать деятельность PR-служб, оценивать эффективность их работы.

владеть:

- технологиями проведения кампаний по связям с общественностью;
- PR-технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий;
- использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в различных формах взаимодействия;
- навыками обрабатывать и анализировать информацию по проблемам PR;
- навыками проведения PR-кампаний.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Профессиональных:

ПК-27 – способностью организовывать информационно-библиографическую деятельность по продвижению и распространению издательской продукции;

ПК-29 – способностью взаимодействовать с рекламодателями и рекламными агентствами.

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72 (2 зач. ед)	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	32	
Лекции	14	
Семинарские занятия	18	
Практические занятия	–	–
Лабораторные работы	–	–
Контрольные работы (из числа объема часов семинарских занятий)		
Курсовая работа / курсовой проект	–	–
Контроль	4	
Другие формы организации учебного процесса	–	–
Самостоятельная работа студента (всего)	36	
Форма аттестации	зачет	

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема: Теоретические основы управления общественными отношениями (Public Relations)

Подходы к PR: альтруистический: способы воздействия на человека; компромиссный; прагматический. Позиционирование PR-объекта. Имидж. Определение основных понятий: общественность, общественное мнение, общественное настроение. Контактные аудитории. Становление PR как области знаний и сферы деятельности. Основные направления деятельности PR. Организационное устройство PR-служб в органах государственной власти. Задачи руководства службы по связям с общественностью. Пресс-служба главы администрации.

Тема: Взаимодействие со средствами массовой информации.

Понятие «средства массовой информации». Общая характеристика СМИ и общие правила организации с ними. Основные принципы работы организации со СМИ. Использование средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью. Методы и формы деятельности пресс-службы. Функции пресс-службы.

Пресс-секретарь: профессиональные и этические критерии деятельности. Координация работы пресс-службы с другими структурами. Фильм и аудиовизуальные средства в PR. PR и средства массовой информации

PR-деятельность и рынок средств массовой информации. Типы средств массовой информации и их влияние на общественность. PR и пресса: основы взаимоотношений и средства взаимодействия. Формы работы со СМИ. Особенности методов работы государственных служб по связям с общественностью: пропаганда как односторонняя форма коммуникации. Пропагандистские кампании. Основные принципы работы по связям с общественностью. Методы привлечения внимания, манипулятивные методы. Основные различия понятий: реклама, связи с общественностью, пропаганда.

Тема: Технологии «паблик рилейшнз»

Понятие «PR-технология». Изучение общественного мнения, анализ и прогноз социально-экономического и политического процесса. Контент-анализ СМИ. Формирование позитивного имиджа организации – цель PR-деятельности. Типовые и индивидуальные технологии: «Черная риторика», «Spin doctor», «Символическая роль первых лиц». Интернет-коммуникации в организации связей с общественностью.

Тема: «Паблик рилейшнз» и реклама

Средства рекламы в системе «паблик рилейшнз». Правовые и этические нормы применения рекламы в паблик рилейшнз. Реклама и паблик рилейшнз: черты сходства и различия. Интегрированные маркетинговые коммуникации: слагаемые успеха.

Тема: Формирование паблисити (имиджа) организации

Понятие «паблисити», «имидж». Стихийное формирование имиджа. Позитивный имидж. Типовой алгоритм формирования имиджа. Значение паблисити для организации.

Тема: Организация и проведение PR-кампаний.

Понятие «PR-кампания». Сущность PR-кампании. Подготовка плана PR-кампаний. Технологии PR-кампаний. Финансовые, технологические, временные, кадровые ресурсы PR-кампаний. PR-кампании в сфере связей с общественностью: исследование проблем и формулировка ее основных целей и задач. Разработка стратегии и тактики кампании по связям с общественностью. Практическая реализация кампаний. Оценка эффективности проведенной кампании.

Работа специалиста PR по организации специальных событий

Понятие «специальные события». Специальные события: специфика, значение, общие правила организации. Характеристика видов специальных событий. Основные признаки специальных событий. Специальные события и СМИ.

Тема: Коммуникационный процесс и PR.

Модели коммуникаций (Г.Лассуэл, Д.Клаппер). Эффект коммуникаций.

Вербальные коммуникации в PR: методика подготовка публичных выступлений. Невербальные коммуникации в PR. Коммуникативно-дистанционные зоны.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр)			
1 раздел Теоретические основы PR-деятельности			
1	Теоретические основы управления общественными отношениями (Public Relations)	2	
2	Взаимодействие со средствами массовой информации.	2	
3	PR и средства массовой информации		
4	Технологии «паблик рилейшнз»	2	

5	«Паблик рилейшнз» и реклама	2	
6	Формирование паблисити (имиджа) организации	2	
2 раздел Организация деятельности PR			
7	Организация и проведение PR-кампаний. Работа специалиста PR по организации специальных событий	2	
	Коммуникационный процесс и PR.	2	
Итого:		14	

4.4. Семинарские занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1курс (1 семестр)			
Тема 1. Теоретические основы PR-деятельности			–
1	Теоретические основы управления общественными отношениями (Publik Relations)	2	–
2	Взаимодействие со средствами массовой информации.	2	
3	Основные направления управления общественными отношениями	2	
4	Общественное мнение как объект управления	2	
5	Технологии «паблик рилейшнз»	2	
6.	Событийный менеджмент	2	
Организация деятельности PR			
7	Организация и проведение PR-кампании. Работа специалиста PR по организации специальных событий	4	
8	Коммуникационный процесс и PR.	2	
Итого:		18	

4.5. Лабораторные работы - не предусмотрены учебным планом.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1 курс (1 семестр)				
1	Теоретические основы управления общественными отношениями (Publik Relations)	работа с лекционным материалом; справочным материалом: словари, энциклопедии поиск и обзор литературы, электронных источников информации; подготовка докладов	4	
2	Взаимодействие со средствами массовой информации.	анализ современных текстов рекламы в СМИ;	5	
3	Основные направления управления общественными отношениями	Подготовка и обсуждение практических заданий	5	

4	Общественное мнение как объект управления		4	
5	Технологии «паблик рилейшнз»		5	
6	Событийный менеджмент		4	
7	Организация и проведение PR-кампании. Работа специалиста PR по организации специальных событий	подготовка к практическим занятиям; обсуждение докладов и практических заданий	5	
8	Коммуникационный процесс и PR.	подготовка к контролю текущих знаний по дисциплине; подготовка к тестов. Зачет	4	
Итого:			36	

4.7. Курсовые работы - не предусмотрены учебным планом.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих методических средств обучения и образовательных технологий.

Наряду с методикой традиционной лекционно-практической работы предусмотрено использование активных форм и методов учебной деятельности, в том числе: учебные дискуссии, беседы, «мозговой штурм».

Методика проблемно-диалогического обучения применяется в процессе лекционной работы над учебным материалом в каждой из тем учебной дисциплины.

Методика обучения в сотрудничестве с применением командных, групповых видов работы используется в процессе организации практического обучения, во время проведения семинарских занятий.

Методика исследовательской деятельности используется как основа для организации самостоятельной работы студентов в объеме учебных тем.

Технология обучения на основе опыта применяется для организации и проведения практических занятий четвертой темы с целью обучения будущих преподавателей работать с нормативно-методической документацией высшей школы.

Применяются средства мультимедиа: учебные презентации, базы ЭИОР университета, ЭБС «Университетская библиотека online».

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация обучающихся по дисциплине «Основы PR-деятельности» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: опрос, выполнение практических заданий, подготовка презентаций, контрольные работы, экзамен. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, прохождения контрольных точек, итоги выполнения заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на экзамене.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики.

**Система оценивания учебных достижений студентов
очной формы обучения**

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
1 курс (1 семестр)	
оформление конспектов лекционных и практических занятий	
работа на семинарских занятиях	40
контрольное тестирование	
выполнение заданий самостоятельной работы	20
зачет	40
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	Д – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые	

		из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	Е – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Михеева Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб. пособие / Е.В. Михеева. – М. : Проспект, 2014. – 448 с. ISBN 978-5-392-12318-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392123186.html/>

2. Морозова Г.В. Связи с общественностью: учебник / Г.В. Морозова, Т.Т. Сидельникова, А.И. Остроумов и др.; науч. ред. Л.А. Бурганова. – Казань : Изд-во Казанского ун-та, 2016. – 329 с.

3. Осипова Е.А. Связи с общественностью как средство формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. – М.: НИЦ ИНФА-М, 2015. – 144 с

б) дополнительная литература:

5. Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / К.В. Антипов. – 3-е изд. – М. : «Дашков и К°», 2017. – 326 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031>

6. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз [Текст] : учеб. пособие / М. В. Гундарин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2011. – 311 с.

7.Джефкинс Ф. Пабрик рилейшнз: Учеб. пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин – М.: Юнити-Дана, 2012. [Электронный ресурс]: электр.учеб. пособие: <http://www.knigafund.ru/ЭБС«КнигаФонд»>

8.Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / В.С. Комаровский. – М.: РАГС, 2010. – 341 с.

9.Кондратьев, Э.В. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Э.В. Кондратьев. – М.: Академический Проект, 2012. – 352 с.

10.Кузнецов П.А., Современные технологии коммерческой рекламы : Практическое пособие / П.А. Кузнецов – М. : Дашков и К, 2016. – 296 с. –ISBN 978-5-394-01068-2 – Текст : электронный // ЭБС – «Консультант студента» : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010682.html>

11.Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. –Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 538 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>.

12.PR в сфере коммерции [Текст] : учебник для студентов вузов / под ред. И. М. Синяевой. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 298 с.

13.Чистякова А.А. Организация рекламного бизнеса: учеб. –метод.рекомендации / Чистякова А.А. - 3-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2019. – 79 с. – ISBN 978-5-9765-2033-2 – Текст : электронный // ЭБС – «Консультант студента» : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976520332.html>

14.Чернышева Т.Л., Связи с общественностью (PR) : учеб. пособие / Чернышева Т.Л. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2012. – 140 с. – ISBN 978-5-7782-2163-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778221635.html> .

в) Интернет-ресурсы:

1. Конституция Луганской Народной Республики от 18.05.2014 года № 1-І [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/konstitutsiya/>

2. Сайт Народного Совета Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nslnr.su/>

3. Сайт Правительства Луганской Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovminlnr.ru/>

4. Справочная система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

5. Электронная библиотечная система «Консультант студента» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>

6.PR-словарь. Сайт Института PR. URL: <http://www.ipr.by/ru/dict/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Семинарские занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран), банк профессионально-педагогических задач.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются информационные технологии, охватывающие ресурсы (компьютеры, программное

обеспечение и сети), необходимые для управления информацией (создание, хранение, управление, передача и поиск информации): технические средства: компьютерная техника и средства связи (ноутбук, проектор, экран, USB-накопители и т.п.). В процессе лекционных и семинарских занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет («Google», «Chrome»); программы, демонстрации видео материалов (проигрыватель «Windows Media Player»); программы для демонстрации и создания презентаций («Microsoft PowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, к общедоступным электронно-библиотечным системам, к ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru>), к базе ЭИОР университета (<http://lms-ltsu.ru/>).

У обучающихся имеется доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых ежегодно обновляется – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.; Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» (<http://www.ict.edu.ru>).

:

9. Лист дополнений и изменений

[illegible]