

# АНО ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА»



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор АНО ВО  
«Национальный институт бизнеса»

Д.Ю. Ткаченко

«20» сентября 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) Б1.В.16 «КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Направление подготовки	<i>38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)</i>
Направленность (профиль)	<i>Управление малым бизнесом</i>
Формы обучения	<i>очная, очно-заочная, заочная</i>

Автор – составитель:  
к.т.н., доцент Тимофеев М.И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. N 7)

Рецензент: Минченкова Ольга Юрьевна д.э.н., профессор, профессор кафедры менеджмента АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Рабочая программа дисциплины (модуля) утверждена на заседании кафедры менеджмента АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Протокол №2 от 20.09.2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) согласована в рамках основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) Управление малым бизнесом с ООО «Научно-консультационный центр «ВНИК»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины (модуля).....	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
4. Структура и содержание дисциплины (модуля).....	7
4.1 Распределение трудоемкости в часах по всем видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся.....	7
4.2 Учебно-тематический план дисциплины (модуля) .....	8
5. Содержание дисциплины (модуля).....	11
6. Планы занятий семинарского типа.....	12
7. Методические рекомендации для обучающихся по дисциплине (модулю).....	17
8. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю).....	18
9. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	22
10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля). .....	22
11. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....	23

### **Приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)**

Приложение 1. Методические рекомендации для обучающихся по дисциплине (модулю)

Приложение 2. Содержание фонда оценочных средств текущего контроля по дисциплине (модулю)

## **1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Цель дисциплины - формирование у обучающихся системы знаний о закономерностях развития организации с помощью коммуникационного менеджмента и связей с общественностью (паблик рилейшнз), получение знаний об основных подходах к построению и укреплению имиджа, положительной репутации организации или личности, изучение особенностей воздействия на внутренние и внешние целевые аудитории.

Структура дисциплины построена в соответствие с методологией научного познания, и включает в себя: теоретические основы коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности; функции специалиста по связям с общественностью, владеющего коммуникационными навыками в устной, письменной и электронной форме; методы коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения; способы управления программами по укреплению репутации объекта через взаимодействие с журналистской средой; функции корпоративного пиар-подразделения для осуществления, коммуникаций в устной, письменной и электронной форме при работе с внутренними и внешними аудиториями.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать представления об общих принципах коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности;
- привить навыки управления проектами, комплексными программами по выстраиванию эффективных связей с общественностью;
- выработать навыки использования коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения;
- сформировать практические навыки взаимодействия с журналистской средой;
- сформировать представления об общих принципах функционирования корпоративного пиар-подразделения.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина Б1.В.16 «Коммуникационный менеджмент» относится к Блоку 1. Дисциплины (модули) (вариативная часть).

Данная дисциплина базируется на знаниях обучающихся, полученных в результате освоения дисциплин «Психология», «Менеджмент», «Культура речи и деловое общение».

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

<b>Компетенции</b>	<b><i>Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)</i></b>
<p>владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2)</p>	<p>Знать: виды внешних связей с общественностью; задачи, функции и структуру корпоративного пиар-подразделения в сфере осуществления коммуникаций; методы диагностики социально-экономического состояния организации для планирования организационных изменений для повышения репутации объекта; сущность «черного пиара» и его виды;</p> <p>Уметь: осуществлять деловое общение и публичные выступления на презентациях и пресс-конференциях; участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций по улучшению связей с общественностью;</p> <p>Владеть: инструментами внешних коммуникаций: благотворительность, спонсорство, пресс-релизы; методами планирования и руководства пиар-отделом в части ведения переговоров, совещаний, деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций; алгоритмами внедрения новых пиар-технологий в направлении корпоративной социальной ответственности.</p>

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

##### 4.1 Распределение трудоемкости в часах по всем видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Коммуникационный менеджмент» составляет 108 часов (3 зачетные единицы).

##### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
<b>Контактная работа</b>	<b>56,2</b>	<b>56,2</b>
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>56</b>	<b>56</b>
Занятия лекционного типа	24	24
Занятия семинарского типа	32	32
Контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет с оценкой)	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>51,8</b>	<b>51,8</b>
Форма промежуточной аттестации		зачет с оценкой

##### Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
<b>Контактная работа</b>	<b>24,2</b>	<b>24,2</b>
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
Занятия лекционного типа	12	12
Занятия семинарского типа	12	12
Контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет с оценкой)	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>83,8</b>	<b>83,8</b>
Форма промежуточной аттестации		зачет с оценкой

##### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
<b>Контактная работа</b>	<b>12,2</b>	<b>12,2</b>
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
Занятия лекционного типа	4	4
Занятия семинарского типа	8	8
Контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет с оценкой)	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>95,8</b>	<b>95,8</b>
Форма промежуточной аттестации		зачет с оценкой

## 4.2 УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Всего	В том числе			
				Лекции	Семинары	Практ. занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Теоретические основы коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности	17	6/6*	4*	2*		11
2.	Функции специалиста по связям с общественностью, владеющего коммуникационными навыками в устной, письменной и электронной форме	17	10/6*	4*	2*	4	7
3.	Методы коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения	21	12/4*	4	4*	4	9
4.	Способы управления программами по укреплению репутации объекта через взаимодействие с журналистской средой	21	8/4*	4*		4	13
5.	Роль репутации, имиджа, фирменного стиля в управлении проектами по созданию и продвижению корпораций через связи с общественностью	14,8	12/4*	4	4*	4	2,8
6.	Функции корпоративного пиар-подразделения для осуществления, коммуникаций в устной, письменной и электронной форме при работе с внутренними и внешними аудиториями	17	8/8*	4*	4*		9
	Контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет с оценкой)	0,2					
	Итого	108	56/32*	24/16*	16/16*	16	51,8

**Примечание:** \*знаком выделены темы, по которым проводятся активные и интерактивные формы обучения

## очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Всего	В том числе			
				Лекции	Семинары	Практ. занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Теоретические основы коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности	17	4/4*	2*	2*		13
2.	Функции специалиста по связям с общественностью, владеющего коммуникационными навыками в устной, письменной и электронной форме	17	4/2*	2*		2	13
3.	Методы коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения	21	4	2		2	17
4.	Способы управления программами по укреплению репутации объекта через взаимодействие с журналистской средой	21	4/2*	2*		2	17
5.	Роль репутации, имиджа, фирменного стиля в управлении проектами по созданию и продвижению корпораций через связи с общественностью	14,8	6/2*	2	2*	2	8,8
6.	Функции корпоративного пиар-подразделения для осуществления, коммуникаций в устной, письменной и электронной форме при работе с внутренними и внешними аудиториями	17	2/2*	2*			15
	Контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет с оценкой)	0,2					
	Итого	108	24/12*	12/8*	4/4*	8	83,8

**Примечание:** \*знаком выделены темы, по которым проводятся активные и интерактивные формы обучения

**заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Всего	В том числе			
				Лекции	Семинары	Практ. занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Теоретические основы коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности	17	0,5	0,5			16,5
2.	Функции специалиста по связям с общественностью, владеющего коммуникационными навыками в устной, письменной и электронной форме	17	2,5/2*	0,5	2*		14,5
3.	Методы коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения	21	3	1		2	18
4.	Способы управления программами по укреплению репутации объекта через взаимодействие с журналистской средой	21	3	1		2	18
5.	Роль репутации, имиджа, фирменного стиля в управлении проектами по созданию и продвижению корпораций через связи с общественностью	14,8	1	1			13,8
6.	Функции корпоративного пиар-подразделения для осуществления, коммуникаций в устной, письменной и электронной форме при работе с внутренними и внешними аудиториями	17	2/2*		2*		15
	Контактные часы на промежуточную аттестацию (зачет с оценкой)	0,2					
	Итого	108	12/4*	4	4/4*	4	95,8

**Примечание:** \*знаком выделены темы, по которым проводятся активные и интерактивные формы обучения



## **5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **Тема №1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности**

Коммуникационный менеджмент (КМ) как процесс управления и как система социального взаимодействия. Определение КМ по Сэму Блэку. Связи с общественностью как сущность дисциплины «Коммуникационный менеджмент». Функциональное отличие Связей с общественностью (СО) от рекламы. Изменение общественного мнения как цель СО. Сущность «черного пиара» и его виды. Экономические цели СО. Доверие к объекту как средство повышения лояльности к нему экономической и политической. Функции связей с общественностью. Взаимодействие СО с науками и сферами применения. Основные профессиональные термины и понятия: «Паблсити», «Корпоративная социальная ответственность» (КСО), «Спонсорство», «Благотворительность». Направления для проявления Корпоративной социальной ответственности в виде спонсорства.

\*Примечание: интерактивные формы и методы проведения лекции: лекция-беседа – форма обучения обучающихся, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Тема №2. Функции специалиста по связям с общественностью, владеющего коммуникационными навыками в устной, письменной и электронной форме**

Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью. Конкретные направления деятельности специалиста в сфере внутрикорпоративных пиар-акций, в управлении персоналом. Функции специалиста по ПР в сфере внешней среды. Меры по ликвидации последствий «черного пиара». Требования к специалисту по КМ. Задачи пиар-менеджера в системе кризисных коммуникаций. Управление проблемными ситуациями. Мероприятия по нейтрализации слухов и негативной информации.

\*Примечание: интерактивные формы и методы проведения лекции: лекция-беседа – форма обучения обучающихся, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Тема №3. Методы коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения**

Антикризисный коммуникационный менеджмент. Меры по восстановлению доверия общественности к компании. Положительные стороны кризисных ситуаций. Алгоритм работы антикризисной команды. Система коммуникаций в рамках кризисной ситуации. Понятие общественного мнения. Социальная природа человека и общественное мнение. Психологический механизм формирования стереотипов в сознании людей. Связь общественного мнения с этикой, моралью и законом. Роль

фактора известности в общественном мнении. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение. Роль референтных (эталонных) групп и СМИ во влиянии на общественное мнение. Создание стереотипов как одна из задач ПР. Типы ярлыков-стереотипов.

Формируемые компетенции: ПК-2.

#### **Тема №4. Способы управления программами по укреплению репутации объекта через взаимодействие с журналистской средой**

Журналисты как ключевая аудитория. Критерии отбора редакциями материалов. Приемы создания и усиления новостей Правила эффективной коммуникации в СМИ. Технологии использования средств коммуникаций в проблемных и кризисных ситуациях. Интервью для печати. Оплата журналиста. Учет специфических особенностей журналистов.

\*Примечание: интерактивные формы и методы проведения лекции: лекция-беседа – форма обучения обучающихся, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями.

Формируемые компетенции: ПК-2.

#### **Тема №5. Роль репутации, имиджа, фирменного стиля в управлении проектами по созданию и продвижению корпораций через связи с общественностью**

Понятие корпоративного имиджа, фирменного стиля. Функции имиджа. Репутация. Составляющие имиджа и факторы его улучшения. Образ самой компании. Имидж лидера-руководителя и всего топ-менеджмента. Способы визуализации имиджа. Инструменты выстраивания имиджа. Понятие о миссии корпорации.

Формируемые компетенции: ПК-2.

#### **Тема №6. Функции корпоративного пиар-подразделения для осуществления, коммуникаций в устной, письменной и электронной форме при работе с внутренними и внешними аудиториями**

Внешние связи с общественностью. Задачи, функции и структура корпоративного пиар-подразделения. Инструменты внешних СО: благотворительность, спонсорство, пресс-релизы, презентации, пресс-конференции, организация отраслевых конференций и участие в них, публикация статей от имени корпорации, выступления топ-менеджеров в СМИ. Инструменты внутренних СО: печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций; повышения эффективности основных средств печатной внутрифирменной коммуникации. Информационный бюллетень. Ежегодный отчет. Электронные дайджесты. Доски объявлений. Агитационные плакаты. Брошюры. Руководства, справочники предназначенные для новых сотрудников, или визитеров. Поздравления сотрудников по поводу дней рождения, праздничных дат и юбилеев. Средства личных контактов: совещания, собрания, посещения и встречи высшего руководства всех первичных коллективов. Аудио- и видео средства внутрифирменных связей. Видеоконференции. Методы управления корпоративной культурой.

**\*Примечание:** интерактивные формы и методы проведения лекции: лекция-беседа – форма обучения обучающихся, в рамках которой предполагается вовлечение слушателей в активную беседу с лектором с целью привлечь их внимание к наиболее важным вопросам изучаемой темы посредством обмена мнениями.

Формируемые компетенции: ПК-2.

## **6. ПЛАНЫ ЗАНЯТИЙ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

### **а) для обучающихся очной формы обучения**

#### **Планы семинарских занятий**

##### **Семинар № 1 (тема № 1).**

Вопросы для обсуждения:

1. Коммуникационный менеджмент (КМ) как процесс управления и как система социального взаимодействия. Определение КМ по Сэму Блэку.
2. Связи с общественностью как сущность дисциплины «Коммуникационный менеджмент». Функциональное отличие Связей с общественностью (СО) от рекламы.
3. Изменение общественного мнения как цель СО.
4. Сущность «черного пиара» и его виды.
5. Экономические цели СО. Доверие к объекту как средство повышения лояльности к нему экономической и политической.
6. Функции связей с общественностью. Взаимодействие СО с науками и сферами применения. Основные профессиональные термины и понятия: «Паблисити», «Корпоративная социальная ответственность» (КСО), «Спонсорство», «Благотворительность».
7. Направления для проявления Корпоративной социальной ответственности в виде спонсорства.

Решение тестов по теме №1.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

##### **Семинар №2 (тема №2).**

Вопросы для обсуждения:

1. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью. Конкретные направления деятельности специалиста в сфере внутрикорпоративных пиар-акций, в управлении персоналом.

2. Функции специалиста по ПР в сфере внешней среды.

3. Меры по ликвидации последствий «черного пиара».

4. Требования к специалисту по КМ. Задачи пиар-менеджера в системе кризисных коммуникаций.

5. Управление проблемными ситуациями. Мероприятия по нейтрализации слухов и негативной информации.

Решение тестов по теме №2.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Семинары №3, 4 (тема №3).**

Вопросы для обсуждения:

1. Антикризисный коммуникационный менеджмент. Меры по восстановлению доверия общественности к компании. Положительные стороны кризисных ситуаций.

2. Алгоритм работы антикризисной команды. Система коммуникаций в рамках кризисной ситуации.

3. Понятие общественного мнения. Социальная природа человека и общественное мнение. Психологический механизм формирования стереотипов в сознании людей. Связь общественного мнения с этикой, моралью и законом.

4. Роль фактора известности в общественном мнении. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение.

5. Роль референтных (эталонных) групп и СМИ во влиянии на общественное мнение. Создание стереотипов как одна из задач ПР. Типы ярлыков-стереотипов.

Решение тестов по теме №3.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Семинары №5, 6 (тема №5).**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
2. Функции имиджа. Репутация. Составляющие имиджа и факторы его улучшения. Образ самой компании.
3. Имидж лидера-руководителя и всего топ-менеджмента.
4. Способы визуализации имиджа. Инструменты выстраивания имиджа.
5. Понятие о миссии корпорации.

Решение тестов по теме №4.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Семинары №7, 8 (тема №6).**

Вопросы для обсуждения:

1. Внешние связи с общественностью. Задачи, функции и структура корпоративного пиар-подразделения.
2. Инструменты внешних СО: благотворительность, спонсорство, пресс-релизы, презентации, пресс-конференции, организация отраслевых конференций и участие в них, публикация статей от имени корпорации, выступления топ-менеджеров в СМИ.
3. Инструменты внутренних СО: печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций; повышения эффективности основных средств печатной внутрифирменной коммуникации. Информационный бюллетень. Ежегодный отчет. Электронные дайджесты. Доски объявлений. Агитационные плакаты. Брошюры.
4. Средства личных контактов: совещания, собрания, посещения и встречи высшего руководства всех первичных коллективов. Аудио- и видео средства внутрифирменных связей. Видеоконференции.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

## **Практические занятия**

### **Практические занятия №1, 2 (тема № 2).**

1. Аргументированно обоснуйте, почему специалист по связям с общественностью должен обладать в первую очередь а) коммуникабельностью и б) стрессоустойчивостью.

2. Изложить в письменном виде тезисы своего мнения по следующему положению: для специалиста по коммуникационному менеджменту не обязательно уметь хорошо держаться на публике и обладать ораторским искусством, поскольку сейчас все коммуникации осуществляются в электронном виде, достаточно разбираться в социологии и маркетинговых коммуникациях.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практические занятия №3, 4 (тема №3).**

1. Предложить перечень ситуаций, угрожающих репутации малого предприятия по ремонту электронной и бытовой техники.

2. Разработать план пиар-мероприятий для создания благоприятного имиджа стоматологической клиники среди жителей близлежащих улиц, не дожидаясь кризисной ситуации.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практические занятия №5, 6 (тема № 4).**

1. Разработать план по организации пиар-службы на небольшой ремонтно-строительной фирме через налаживание связей с местной районной прессой.

2. Изложить в письменном виде тезисы своего мнения для того, чтобы убедить управляющего вновь открывающегося продовольственного магазина, что необходима системная работа для создания позитивного имиджа магазина и самого директора в глазах потенциальных покупателей.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практические занятия №7,8 (тема №5).**

1. Предложите формы благотворительности и спонсорства для сети из трех аптек.

2. Написать текст пресс-прелиза для рассылки в местные газеты по поводу 10-летия предприятия автосервиса.

3. Написать сценарий общего собрания коллектива ресторана (включая корпоратив) накануне Нового Года и текст отчетного выступления директора.

Формируемые компетенции: ПК-2.

**б) для обучающихся очно-заочной формы обучения**

## **Планы семинарских занятий**

### **Семинар №1 (тема №2).**

Вопросы для обсуждения:

1. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью. Конкретные направления деятельности специалиста в сфере внутрикорпоративных пиар-акций, в управлении персоналом.

2. Функции специалиста по ПР в сфере внешней среды.

3. Меры по ликвидации последствий «черного пиара».

4. Требования к специалисту по КМ. Задачи пиар-менеджера в системе кризисных коммуникаций.

5. Управление проблемными ситуациями. Мероприятия по нейтрализации слухов и негативной информации.

Решение тестов по теме №2.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Семинар №2 (тема №5).**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие корпоративного имиджа.

2. Фирменного стиль и его функции.

3. Понятие репутации.

4. Имидж лидера-руководителя и всего топ-менеджмента.

5. Инструменты выстраивания имиджа.

6. Формулировка миссии организации.

7. Понятие корпоративной культуры.

Решение тестов по теме №5

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

## **Практические занятия**

### **Практическое занятие №1 (тема № 2).**

1. Аргументированно обоснуйте, почему специалист по связям с общественностью должен обладать в первую очередь а) коммуникабельностью и б) стрессоустойчивостью.

2. Изложить в письменном виде тезисы своего мнения по следующему положению: для специалиста по коммуникационному менеджменту не обязательно уметь хорошо держаться на публике и обладать ораторским искусством, поскольку сейчас все коммуникации осуществляются в электронном виде, достаточно разбираться в социологии и маркетинговых коммуникациях.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практическое занятие №2 (тема №3).**

1. Предложить перечень ситуаций, угрожающих репутации малого предприятия по ремонту электронной и бытовой техники.

2. Разработать план пиар-мероприятий для создания благоприятного имиджа стоматологической клиники среди жителей близлежащих улиц, не дожидаясь кризисной ситуации.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практическое занятие №3 (тема № 4).**

1. Разработать план по организации пиар-службы на небольшой ремонтно-строительной фирме через налаживание связей с местной районной прессой.

2. Изложить в письменном виде тезисы своего мнения для того, чтобы убедить управляющего вновь открывающегося продовольственного магазина, что необходима системная работа для создания позитивного имиджа магазина и самого директора в глазах потенциальных покупателей.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практическое занятие №4 (тема №5).**

1. Предложите формы благотворительности и спонсорства для сети из трех аптек.

2. Написать текст пресс-прелиза для рассылки в местные газеты по поводу 10-летия предприятия автосервиса.

3. Написать сценарий общего собрания коллектива ресторана (включая корпоратив) накануне Нового Года и текст отчетного выступления директора.

Формируемые компетенции: ПК-2.

## **б) для обучающихся заочной формы обучения**

### **Планы семинарских занятий**

#### **Семинар №1 (тема №2).**



Вопросы для обсуждения:

1. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью. Конкретные направления деятельности специалиста в сфере внутрикорпоративных пиар-акций, в управлении персоналом.

2. Функции специалиста по ПР в сфере внешней среды.

3. Меры по ликвидации последствий «черного пиара».

4. Требования к специалисту по КМ. Задачи пиар-менеджера в системе кризисных коммуникаций.

5. Управление проблемными ситуациями. Мероприятия по нейтрализации слухов и негативной информации.

Решение тестов по теме №2.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

## **Семинары №2 (тема №6).**

Вопросы для обсуждения:

1. Внешние связи с общественностью. Задачи, функции и структура корпоративного пиар-подразделения.

2. Инструменты внешних СО: благотворительность, спонсорство, пресс-релизы, презентации, пресс-конференции, организация отраслевых конференций и участие в них, публикация статей от имени корпорации, выступления топ-менеджеров в СМИ.

3. Инструменты внутренних СО: печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций; повышения эффективности основных средств печатной внутрифирменной коммуникации. Информационный бюллетень. Ежегодный отчет. Электронные дайджесты. Доски объявлений. Агитационные плакаты. Брошюры.

4. Средства личных контактов: совещания, собрания, посещения и встречи высшего руководства всех первичных коллективов. Аудио- и видео средства внутрифирменных связей. Видеоконференции.

Решение тестов по теме №6.

## **Практические занятия**

### **Практическое занятие №1 (тема №3).**

1. Предложить перечень ситуаций, угрожающих репутации малого предприятия по ремонту электронной и бытовой техники.

2. Разработать план пиар-мероприятий для создания благоприятного имиджа стоматологической клиники среди жителей близлежащих улиц, не дожидаясь кризисной ситуации.

Формируемые компетенции: ПК-2.

### **Практические занятия №2 (тема № 4).**

1. Разработать план по организации пиар-службы на небольшой ремонтно-строительной фирме через налаживание связей с местной районной прессой.

2. Изложить в письменном виде тезисы своего мнения для того, чтобы убедить управляющего вновь открывающегося продовольственного магазина, что необходима системная работа для создания позитивного имиджа магазина и самого директора в глазах потенциальных покупателей.

**\*Примечание:** занятие проводится в форме семинара-дискуссии. Семинар-дискуссия организуется как процесс диалогического общения участников, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении теоретических проблем, теоретико-практического мышления будущего специалиста. Цель семинара-дискуссии — предоставить каждому студенту возможности практического использования теоретических понятий в ходе формулирования собственных точек зрения на обсуждаемые проблемы, доказательства или опровержения истинности каких-то высказываний, принятия согласованных решений и т.п.

Формируемые компетенции: ПК-2.

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Приложение 1 Методические рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины (модуля)

## **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **Карта фонда оценочных средств по дисциплине**

<b>Темы по учебно-тематическому плану</b>	<b>Оценочные средства</b>	<b>Контролируемые компетенции</b>
1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента для управления проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности	1. Оценка выполнения заданий практических занятий по теме №1. 2. Тесты по теме №1. 3. Вопросы зачета с оценкой по теме № 1.	ПК-2
2. Функции специалиста по связям с общественностью, владеющего коммуникационными	1. Участие в обсуждении вопросов семинаров по теме №2. 2. Тесты по теме №2. 3. Вопросы зачета с оценкой по теме №2.	ПК-2

навыками в устной, письменной и электронной форме		
3. Методы коммуникационного менеджмента для управления антикризисными проектами и формирования общественного мнения	1. Оценка выполнения заданий практических занятий по теме №3. 2. Тесты по теме №3. 3. Вопрос зачета с оценкой по теме №3.	ПК-2
4. Способы управления программами по укреплению репутации объекта через взаимодействие с журналистской средой	1. Участие в обсуждении вопросов семинаров по теме №4. 2. Тесты по теме №4. 3. Вопросы зачета с оценкой по теме №4.	ПК-2
5. Функции корпоративного пиар-подразделения для осуществления, коммуникаций в устной, письменной и электронной форме при работе с внутренними и внешними аудиториями.	1. Оценка выполнения заданий практических занятий по теме №5. 2. Тесты по теме №5. 3. Вопросы зачета с оценкой по теме №5.	ПК-2

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Приложение 2. Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине (модулю)

### **Перечень вопросов к зачету с оценкой**

1. Сущность коммуникационного менеджмента (КМ). Целевые аудитории для КМ
2. Цель связей с общественностью. Экономические причины возникновения связей с общественностью.
3. Функции связей с общественностью, алгоритмы их планирования и использования программ для улучшения репутации объектов.
4. Взаимодействие связей с общественностью с науками и сферами применения.
5. Сущность публицити как инструмента связей с общественностью.
6. Планирование и использование программ для осуществления спонсорства и благотворительности. Основное различие между ними.
7. Направления для проявления Корпоративной социальной ответственности (КСО).
8. Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью.
9. Требования к специалисту по связям с общественностью.
10. Задачи ПР-менеджера в системе кризисных коммуникаций.
11. Виды проблемных ситуаций в корпорации.
12. Антикризисный коммуникационный менеджмент.
13. Алгоритм работы антикризисной команды.

14. Система коммуникаций в рамках кризисной ситуации.
15. Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение.
16. Понятие общественного мнения.
17. Создание стереотипов как одна из задач связей с общественностью.
18. Объекты внешних и внутренних связей с общественностью.
19. Понятие имиджа и репутации.
20. Цель визуализации имиджа и ее методы.
21. Понятие миссии и роль ее формулирования.
22. Инструменты внешних связей с общественностью.
23. Задачи пресс-конференций, методы их планирования, организации и проведения.
24. Задачи презентаций, их программы, методы их планирования, организации и проведения.
25. Инструменты внутренних связей с общественностью.
26. Планирование и осуществление мероприятий корпоративной культуры как инструментов внутренних связей с общественностью.
27. Печатные средства внутрикорпоративных коммуникаций.
28. Средства личных контактов как средство внутрикорпоративных коммуникаций.
29. Планирование и использование программ и проектов для электронных средств внутрикорпоративных коммуникаций.

#### ***Кейсы к билетам зачета с оценкой***

1. Аргументировано обоснуйте, почему специалист по связям с общественностью должен обладать в первую очередь а) коммуникабельностью и б) стрессоустойчивостью.
2. Обязательно ли для специалиста по коммуникационному менеджменту уметь хорошо держаться на публике и обладать ораторским искусством не, поскольку сейчас все коммуникации осуществляются в электронном виде?
3. Какие виды ситуаций могут угрожать репутации малого предприятия по ремонту электронной и бытовой техники?
4. Какими мероприятиями можно создавать благоприятный имидж стоматологической клиники среди жителей близлежащих улиц, не дожидаясь кризисной ситуации?
5. Что может войти в план по организации пиар-службы на небольшой ремонтно-строительной фирме через налаживание связей с местной районной прессой?
6. Как убедить управляющего вновь открывающегося продовольственного магазина, что необходима системная работа для создания позитивного имиджа магазина и самого директора в глазах потенциальных покупателей?
7. Предложите формы благотворительности и спонсорства для сети из трех аптек.
8. Что может входить в текст пресс-релиза для рассылки в местные газеты по поводу 10-летия автосервиса?
9. Какие мероприятия могут быть организованы для общего собрания коллектива (включая корпоратив) ресторана накануне Нового Года?

10. Соблюдая принцип открытости в коммуникационном менеджменте, какую информацию не стоит полностью предавать гласности?

11. Какие сведения о топ-менеджерах следует сообщать целевым аудиториям для поднятия престижа и репутации организации. И какие сведения о них лучше не оглашать?

12. Какие малозатратные методы публичности можно предложить для медицинского центра?

13. Какие виды пресс-конференций подходят для пиар-акций независимого автосалона?

14. В каком виде можно провести презентацию вновь открываемого ресторана?

### ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2)			
ПК-2	Пороговый	<b>Знать:</b> общую характеристику функций специалиста по связям с общественностью; конкретные направления деятельности специалиста в сфере внутрикорпоративных пиар-акций, в управлении персоналом; цели и задачи коммуникационного менеджмента (КМ) как процесса управления и как системы социального взаимодействия; функциональное отличие связей с общественностью (СО) от рекламы; <b>Уметь:</b> планировать публичные выступления; вести переговоры, совещания; планировать управление проектами по созданию и укреплению позитивного имиджа организации или личности с использованием спонсорства; проводить опросы персонала, клиентов и партнеров в соответствии со стратегическими целями обеспечения репутации организации (объекта); <b>Владеть:</b> навыками ведения деловой переписки, алгоритмами планирования программой внедрения технологических и продуктовых инноваций при выстраивании позитивного имиджа объекта	Удовлетворительно
	Средний	<b>Знать:</b> функции специалиста по ПР в сфере внешней среды; функции специалиста по ПР в сфере внешней среды <b>Уметь:</b> формулировать задачи для различных форм коммуникаций в системе кризисных коммуникаций; формулировать задачи для различных форм коммуникаций в системе кризисных ситуаций. <b>Владеть:</b> методами осуществления коммуникаций в проблемных ситуациях; методами осуществления коммуникаций в проблемных ситуациях; техникой публичных выступлений при осуществлении мероприятий по нейтрализации слухов и негативной информации;	хорошо

		техники публичных выступлений при осуществлении мероприятий по нейтрализации слухов и негативной информации.	
	<b>Повышенный</b>	<p><b>Знать:</b> виды внешних связей с общественностью; задачи, функции и структуру корпоративного пиар-подразделения в сфере осуществления коммуникаций; методы диагностики социально-экономического состояния организации для планирования организационных изменений для повышения репутации объекта; сущность «черного пиара» и его виды;</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять деловое общение и публичные выступления на презентациях и пресс-конференциях; участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций по улучшению связей с общественностью;</p> <p><b>Владеть:</b> инструментами внешних коммуникаций: благотворительность, спонсорство, пресс-релизы; методами планирования и руководства пиар-отделом в части ведения переговоров, совещаний, деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций; алгоритмами внедрения новых пиар-технологий в направлении корпоративной социальной ответственности</p>	<b>отлично</b>

### КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Форма контроля	Критерии оценки уровня освоения компетенции
Зачет с оценкой	<p>Критерием оценки является уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается в степени владения им.</p> <p>«Отлично» - полный ответ на основные вопросы в объеме лекций с привлечением дополнительной литературы, полные грамотные ответы на все дополнительные вопросы. При ответах на вопросы обращается внимание на самостоятельность выводов и обоснованную точку зрения. Правильно и в срок выполнены все практические работы и задания для самостоятельной работы.</p> <p>«Хорошо» - неполный ответ на основные вопросы в объеме лекций с использованием дополнительной литературы, ответы на часть дополнительных вопросов. Все практические работы и задания для самостоятельной работы сданы в срок, но выполнены с несущественными недочетами.</p> <p>«Удовлетворительно» - посредственный ответ на основные вопросы в объеме лекций и ответы на часть дополнительных вопросов. Правильно выполнена большая часть практических работ и заданий для самостоятельной работы.</p> <p>«Неудовлетворительно» - незнание основных вопросов в объеме лекций (слабый ответ или его отсутствие на основные вопросы и затруднения с ответами на дополнительные вопросы). Отсутствие выполненных практических работ и заданий для самостоятельной работы.</p>
Тестирование	<p>Критерием оценки является уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного программой дисциплины, что выражается количеством правильных ответов на предложенные тестовые задания по дисциплине.</p>

	При ответах на вопросы теста: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 90 – 100 % правильных ответов - «отлично»;</li> <li>• 75 – 89 % правильных ответов— «хорошо»;</li> <li>• 50 – 74 % правильных ответов— «удовлетворительно»;</li> <li>• менее 50 % правильных ответов— «неудовлетворительно».</li> </ul>
--	--

## **9.ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об организации инклюзивного образования в АНО ВО «Национальный институт бизнеса».

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному учебному плану.

## **10.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **Основная литература**

1. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Китчен Ф.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 455 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81726.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 324 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85717.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### **Дополнительная литература:**

1. Гринь С.Н. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: методическое пособие (курс лекций)/ Гринь С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2018.— 183 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Аксенова О.Н. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»/ Аксенова О.Н., Меликян С.В., Швец Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-

строительный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 104 с.— Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/72947.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### **Электронно-библиотечная система**

IPRBooks. <http://www.iprbookshop.ru>

### **Электронные образовательные ресурсы (современные профессиональные базы данных)**

База данных научной электронной библиотеки. <https://elibrary.ru>

База данных Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент». <http://ecsocman.hse.ru>

База данных официального интернет-портала правовой информации.  
<http://www.pravo.gov.ru>

База данных Библиотечных и архивных ресурсов Государственной Думы  
«Парламентская библиотека». <https://parlib.duma.gov.ru>

База данных Министерства экономического развития Российской Федерации.  
<http://economy.gov.ru>

### **Электронные образовательные ресурсы (информационные справочные системы)**

Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

Справочно-правовая система «Гарант»

### **Обновляемое лицензионное программное обеспечение**

Microsoft Office 2013

Microsoft Office 2019

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Материально-техническая база Института обеспечивает проведение всех видов занятий, предусмотренных учебным планом и соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду института.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: мобильный мультимедийный комплект в составе: проектор, ноутбук.



Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (модуля).

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом</p>
<p><b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа №62</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	<p>111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 5</p>
<p><b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа №115</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 34 посадочных места; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	<p>111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2</p>
<p><b>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа №62</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	<p>111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 5</p>

<p><b>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа №115</b>  Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации  34 посадочных места; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.  Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2
<p><b>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций №62</b>  Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации  30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.  Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 5
<p><b>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций №115</b>  Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации  30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.  Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2
<p><b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации №62</b>  Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации  30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.  Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 5
<p><b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации №115</b>  Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации  30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; аудитория оснащена учебной мебелью; учебной доской (меловая); обеспечена возможность подключения переносного мультимедийного комплекта в составе: ноутбук (Lenovo v580c, Lenovo G50-30, ASUS</p>	111395, г. Москва, ул. Юности, 5, строение 2

X501A, Sony i7/4500U SVP1321X9RB, HP ProBook 4720s, Lenovo ThinkPad E480, Acer TravelMate P2, ASUS VivoBook S15); видеопроектор (Sanyo PLC-SW20A, Sanyo PLC-XU73, NEC VT48G LCD, Acer BS-112, DEXP DL-200, Acer X1323WH, Epson EB-E350, Optoma DS317e). ПО на ноутбуках Windows 8.1, Office 2013, VLC media player, Google chrome, Firefox, GOM player, Kaspersky Endpoint Security.	
--	--

Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.