

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н.А. Еськова

31 августа 2023 г.

Связи с общественностью через СМИ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»
рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачеты с оценкой 5
аудиторные занятия	54,4		
самостоятельная работа	89,6		
часов на контроль	0		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачеты с оценкой 5
аудиторные занятия	14,4		
самостоятельная работа	125,6		
часов на контроль	4		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	144		Виды контроля в семестрах:
в том числе:			зачет с оценкой 5
аудиторные занятия	14,4		
самостоятельная работа	126		
часов на контроль	3,6		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	18		18	
Практические	36		36	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	54,4		54,4	
Контактная работа	54,4		54,4	
Сам. работа	89,6		89,6	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	125,6		125,6	
Часы на контроль	4		4	
Итого	144		144	

**Распределение часов дисциплины по курсам
заочная форма**

Курс	3		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	0,4		0,4	
Итого ауд.	14,4		14,4	
Контактная работа	14,4		14,4	
Сам. работа	126		126	
Часы на контроль	3,6		3,6	
Итого	144		144	

Программу составил(и):

к.г.н, доцент Еськова Наталья Анатольевна



Рецензент(ы):

Директор рекламной-полиграфической компании
ООО «Структура печати» Гребнев Д.Е.

Рабочая программа дисциплины

Связи с общественностью через СМИ

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль "Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности"
утвержденного учёным советом вуза от 31.08.2023 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от 30.08 2023 г. № 1

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Кафедра управления и связей с общественностью

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Еськова Наталья Анатольевна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - получение базовых знаний в области взаимодействия СМИ и структур по СО в коммерческом секторе.

Задачами учебной дисциплины «Связи с общественностью через СМИ (СО через СМИ)» являются:

1. совершенствовать современные теоретико-методологические представления рекламных и PR-кампаний, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения.
2. сформировать у студентов знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций;
3. об оперативном планировании и оперативном контроле за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;
4. об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
5. оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Теория и практика связей с общественностью	
2.1.2	Правовые основы PR	
2.1.3	Гражданское право	
2.1.4	Право	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Выполнение рекламных проектов в материале	
2.2.2	Корпоративный PR	
2.2.3	Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта	
2.2.4	профессионально-ознакомительная практика	
2.2.5	профессионально-творческая практика	
2.2.6	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

ПК-1.1: Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Знать: алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий;

Уметь: генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор;

Владеть: навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью

ПК-1.2: Осуществляет оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Знать: технологии выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

Уметь: правильно использовать технологические инструменты;

Владеть: навыками планирования рекламной деятельности.

ПК-1.3: Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности

Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • законы и нормативно-правовые акты, относящиеся к вопросам регулирования сферы рекламы; • внутренние и внешние факторы, неблагоприятно влияющие на деятельность компании и её репутацию; • мировой и отечественный опыт ведения работы специалистов по связям с общественностью; • проблемы развития отечественного и мирового рынка рекламы, перспективные направления рекламной деятельности.
3.2	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать приемы и средства создания рекламного продукта; • организовать работу ПР службы или отдела и составить план действий; • уметь выполнять работу по изучению общественного мнения, отношений, ожиданий общественности. • применять знания по дисциплине в практической деятельности специалиста по связям с общественностью.
3.3	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности • навыками оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью • навыками проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

стр. 6

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

очная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Тема 1. Public Relations и СМИ	5/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		10
2.	Тема 2. Основные закономерности развития современных отечественных средств массовой информации.	5/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		10
3.	Тема 3. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью	5/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	10
4.	Тема 4. Внутрифирменная организация работы с представителями средств массовой информации	5/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	2	10
5.	Тема 5. Использование средств массовой информации при освещении корпоративных событий	5/3	12/4/8	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		20
6.	Тема 6. Электронные средства массовой информации как инструмент связей с общественностью	5/3	12/4/8	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		19,6
7.	Тема 7. Экономические и правовые основы функционирования российских СМИ	5/3	6/2/4	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		10

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

очно-заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Тема 1. Public Relations и СМИ	5/3	1/0/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18

2.	Тема 2. Основные закономерности развития современных отечественных средств массовой информации.	5/3	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
3.	Тема 3. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью	5/3	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
4.	Тема 4. Внутрифирменная организация работы с представителями средств массовой информации	5/3	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
5.	Тема 5. Использование средств массовой информации при освещении корпоративных событий	5/3	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
6.	Тема 6. Электронные средства массовой информации как инструмент связей с общественностью	5/3	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
7.	Тема 7. Экономические и правовые основы функционирования российских СМИ	5/3	3/1/2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		15,5

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
заочная форма

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр/ Курс	Часов всего/л/пр	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Сам.рабо та
1.	Тема 1. Public Relations и СМИ	4/2	1/0/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
2.	Тема 2. Основные закономерности развития современных отечественных средств массовой информации.	4/2	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
3.	Тема 3. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью	4/2	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
4.	Тема 4. Внутрифирменная организация работы с представителями средств массовой информации	4/2	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3	1	18
5.	Тема 5. Использование средств массовой информации при освещении корпоративных событий	4/2	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
6.	Тема 6. Электронные средства массовой информации как инструмент связей с общественностью	4/2	2/1/1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18
7.	Тема 7. Экономические и правовые основы функционирования российских СМИ	4/2	3/1/2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	6.1.1.1 6.1.1.2 6.1.1.3		18

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к зачету

1. Определение понятий «связи с общественностью» и «средства коммуникации». Различия между терминами СМК и СМИ.
2. Особенности использования различных видов коммуникаций в связях с общественностью: сильные и слабые стороны использования каждого вида средств коммуникаций в PR-кампаниях.
3. Виды и специализация СМИ с точки зрения связей с общественностью.
4. СМИ и Интернет.
5. Специфика использования различных видов СК в PR-поддержке деятельности государственных учреждений и организаций, коммерческих структур, общественно-политических организаций и объединений.
6. Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных PR-мероприятий и программ.
7. Определение целевой и ключевой аудиторий. Виды и категории целевых аудиторий.
8. Функции и задачи PR-специалистов в работе со средствами массовой информации.
9. Практика использования средств коммуникации в связях с общественностью. Основные этапы эволюции взаимоотношений со СМИ.
10. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.
11. Виды PR-мероприятий для развития взаимоотношений со СМИ
12. Специальные и промоушн PR- мероприятия.
13. Корпоративные public relations.
14. Особенности взаимодействия со СМИ в период кризисных ситуаций.
15. Критерии эффективности использования средств коммуникаций в PR.
16. Тактика налаживания двусторонних связей с профессиональными журналистскими организациями и объединениями.
17. Основные критерии оценки эффективности PR-кампаний в СМИ.
18. Сегментация на рынке СМИ. Характеристика деловой прессы.
19. Основные параметры имиджевой информационной кампании в СМИ.
20. Понятие о базе данных для целевых СМИ. Принципы формирования баз данных СМИ
21. Понятия о пресс-клиппинге, медиа – мониторинге. Виды пресс-релизов.
22. Виды и основные системы мониторинга СМИ.
23. Особенности организации работы корпоративного пресс-центра/пресс-бюро. Функции и задачи.
24. Этика и профессиональные стандарты PR, регламентирующие взаимоотношения со СМИ.
25. Развитие отношений с персоналом с помощью средств коммуникации.

5.2. Темы письменных работ

Темы докладов:

1. Особенности работы рекламного отдела крупной компании.
2. Особенности работы рекламного отдела небольшой компании.
3. Особенности работы рекламного отдела средней компании.
4. Особенности профессиональных качеств сотрудников рекламного отдела.
5. Принципы создания рекламного агентства.
6. Психология клиента и правильное построение отношений с заказчиком.
7. Формы и средства бюджета при проведении рекламных и PR-мероприятий.
8. Параметры оценки результативности рекламных и PR-кампаний.
9. Рейтинг благосклонности к компании и ее руководству.
10. По каким направлениям деятельности торговой фирмы следует развивать контакты с редакциями и журналистами?
11. Охарактеризуйте известные вам издания, освещающие события на потребительском рынке, подчеркните их тематические особенности и предпочтения в получении и использовании информации.
12. Подготовка материалов для СМИ: от «информационного повода» до публикации.
13. Создание и усиление новостей, различные новостные составляющие одного события. Общественная значимость новости. Новость и комментарии.
14. Жанровые особенности PR-материалов для различных СМИ: репортажи и интервью, заметки и отчеты; комментарии и очерки, другие жанры.

5.3. Фонд оценочных средств

Оценочные материалы для текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы рассмотрены и одобрены на заседании кафедры от « 30 » 08 2023 г. протокол № 1, являются приложением к рабочей программе

5.4. Перечень видов оценочных средств

контрольная работа, практические задания, доклад, тест, ситуационные задачи

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

6.1.1.1	Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 238 с. - ISBN 978-5-9558-0556-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1987479 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.1.2	Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г.А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 143 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019132-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082729 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.1.3	Осипова, Е. А. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213. - ISBN 978-5-16-013595-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1068921 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2. Дополнительная литература	
6.1.2.1	Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 года) // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.2	Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».
6.1.2.3	Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1819448 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.4	Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1062379 (дата обращения: 09.09.2023)
6.1.2.5	Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1904453 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.6	Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082442 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.7	Зубков, С. А. Практика взаимодействия со СМИ : учебное пособие / С. А. Зубков. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 194 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1895974 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.8	Жилавская, И. В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ : учебное пособие / И. В. Жилавская. - Москва : МПГУ, 2017. - 148 с. - ISBN 978-5-4263-0473-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1316713 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.9	Маркина, Ю. В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения : учебное пособие / Ю.В. Маркина, В.В. Хорольский. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 263 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/978375. - ISBN 978-5-16-014373-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1856941 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим доступа: по подписке.
6.1.2.10	Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью : учебное пособие / А. Ю. Дорский. - СПб : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 216 с. - ISBN 978-5-288-05937-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1080941 (дата обращения: 09.09.2023). – Режим
6.2. Перечень ресурсов сети «Интернет»	
6.2.1	Официальный сервер органов власти РФ. URL: http://www.gov.ru/
6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1.	ConsultantPlus (правовая информационная система, договор №459363 от 21.11.2019, российское ПО)
6.3.1.2.	Windows 7 (операционная система, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
6.3.1.3.	MSOffice2010 (комплект офисного ПО, договор № 48509295 от 17.05. 2011)
6.3.1.4.	Lazarus (открытая среда разработки программного обеспечения на языке ObjectPascal для компилятора FreePascal, открытое ПО)
6.3.1.5.	OpenOffice (комплект офисного ПО, открытое ПО)
6.3.1.6.	NVDA (ПО для помощи людям с ОВЗ управлять компьютером, открытое ПО)
6.3.1.7.	WindowsXP (операционная система, лицензия №42036743 от 16.04.2007)
6.3.1.8.	MSOffice 2007 (комплект офисного ПО, лицензия №43224817 от 19.12.2007)
6.3.1.9.	AstraLinux Орел (операционная система на базе DebianGNU/Linux, открытое ПО)
6.3.1.10.	LibreOffice (кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом, открытое ПО)
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
6.3.2.1	Научная электронная библиотека, ИСС, http://elibrary.ru
6.3.2.2	Российская Государственная библиотека, ИСС, http://www.rsl.ru
6.3.2.3	Федеральная служба государственной статистики, база данных, https://rosstat.gov.ru/

6.3.2.4 Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области, база данных, https://kurskstat.gks.ru/
6.3.2.5 Электронно-библиотечная система Znanium.com, база данных,
6.3.2.6 Официальный интернет-портал правовой информации, база данных http://pravo.gov.ru/
6.3.2.7 Научная библиотека КиберЛенинка, ИСС, http://cyberleninka.ru/
6.3.2.8 Федеральный портал проектов нормативных правовых актов, база данных, https://regulation.gov.ru/
6.3.2.9 Информационно-правовой портал Право.ru, ИСС, https://pravo.ru/
6.3.2.10 Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия), ИСС, http://uisrussia.msu.ru/
6.3.2.11 Федеральный портал «Российское образование», ИСС, http://www.edu.ru/
6.3.2.12 Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» (электронные статьи), ИСС, http:// www.ecsocman.edu.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. 305000, Российская Федерация, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, дом 35, Ауд. 404
7.2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
7.3. Столы учебные, стулья, доска маркерная, наглядные пособия по структуре населения, географические карты, жалюзи, кафедра, короб подвесной

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические рекомендации студентам в период работы на лекционных занятиях. Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, в виде проблемных дискуссий в форме диалога.

Излагаемый материал может показаться студентам сложным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных источников, в том числе – зарубежных. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике при решении учебных профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель. Лекционное занятие должно быть содержательным, проблемным, диалоговым, интересным, эффективным, отличаться новизной рассмотрения учебных вопросов.

Студентам, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским/практическим занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и умение работать в сети «Интернет».

Методические рекомендации студентам по подготовке к практическим занятиям.

По каждой теме учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов, формирование и развитие у них умений и навыков применения знаний для успешного решения прикладных психологических задач. Практическое занятие проводится в соответствии с учебным планом.

Подготовка студентов к практическому занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом семинара/практического занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, эссе, реферата по указанию преподавателя;
- освоение своей роли как участника тренинга или деловой игры;
- заблаговременное решение учебно-профессиональных задач к занятию.

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение студентами знаний, но и направленных на развитие у них практических умений и навыков, а также творческого мышления, научного мировоззрения, профессиональных представлений и способностей.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны прочитать записи лекций, изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить задания для самостоятельной работы. Особое внимание следует уделить осмыслению новых понятий и психологических категорий.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1–2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить в виде текстов и презентаций развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Студент должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряются и поощряются инициативные выступления с докладами, эссе по темам практических занятий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников. При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на систематичность и регулярность изучения основной и дополнительной литературы, конспекта лекций, а также выполнения домашних заданий. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. Особое внимание необходимо обратить на подготовку к практическим занятиям, предусматривающим моделирование различных ситуаций взаимного влияния людей в деятельности и общении на ЭВМ. Подготовленные студентами модели должны быть адекватными, доступными для непосредственного восприятия, конкретными, определенными, изменчивыми и т.д.

Методические рекомендации студентам по подготовке к контрольным заданиям, фиксированных выступлений и докладов к практическим занятиям. При подготовке к докладу на практическом занятии по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и с дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада, эссе и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 20-25 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения. Особенно следует обратить внимание на безусловную обязательность решения домашних задач, указанных преподавателем к практическому занятию.

Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.

При подготовке к зачету студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть основные задания, выполненные самостоятельно и на практических занятиях, а также составить ответы на все вопросы, вынесенные на зачет.