

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра менеджмента

«УТВЕРЖДЕНА
кафедрой менеджмента
Протокол от «31» августа 2020 г.
№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью (Б1.В.25)

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Менеджмент организации»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора - 2020

Новосибирск, 2017

Автор – составитель:

доцент кафедры менеджмента Белая Елена Александровна
доцент кафедры менеджмента Бондаренко Ирина Викторовна
преподаватель кафедры менеджмента Иванова Марина Владимировна
доцент кафедры менеджмента Матюнин Владимир Михайлович
заведующий кафедрой менеджмента Симагина Ольга Владимировна
доцент кафедры менеджмента Филиппов Дмитрий Викторович

Заведующий кафедрой менеджмента:
доктор экономических наук, доцент
Симагина Ольга Владимировна

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.1. Основная литература.	12
6.2. Дополнительная литература.	13
6.3. Нормативные правовые документы.	13
6.4. Интернет-ресурсы.	13
7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	13

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.25 «Реклама и связи с общественностью» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-ОС-4	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.5	Способность готовить материалы рекламно-информационного характера в соответствие с требованиями законодательства и морально-этическими нормами
ДПК-4	Владение навыками моделирования внутренних бизнес-процессов с учетом влияния внешней среды	ДПК-4.3.	Умеет моделировать различные бизнес процессы в функциональной проектной деятельности организации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2.

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК-4.5 Способность готовить материалы рекламно-информационного характера в соответствие с требованиями законодательства и морально-этическими нормами	на уровне знаний: – основы рекламной деятельности и PR; на уровне умений: – составлять рекламные тексты и писать PR-статьи на уровне навыков: – разработки рекламной кампании и PR-мероприятий
	ДПК-4.3 Умеет моделировать различные бизнес процессы в функциональной проектной деятельности организации	На уровне знаний: основ моделирования внешних коммуникаций организации на уровне навыков: – определять возможные сценарии развития организации с учетом внешних коммуникаций

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Из общего объема 72 часов на контактную работу студентов с преподавателем выделено 26 час (10 час. – лекций, 16 час. – практических занятий) и 46 час, на самостоятельную работу обучающихся очной формы обучения.

Из общего объема 72 часов на контактную работу студентов с преподавателем выделено 12 час (4 час. – лекций, 8 час. – практических занятий) и 56 час. на самостоятельную работу обучающихся заочной формы обучения.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом установлен зачет.

Место дисциплины

Дисциплина Б1.В.25 «Реклама и связи с общественностью» осваивается в соответствии с учебным планом студентами 3 курса в 6 семестре. Общая трудоемкость дисциплины 2 зачетных единицы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: Налоги и налогообложение, управление изменениями, математические методы и модели в менеджменте, внешнеэкономическая деятельность предприятия, иностранный язык, культура речи и деловое общение, документоведение и делопроизводство.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.1
Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации		2		2		8	О, Д
Тема 2	Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.		2		2		8	О, Д
Тема 3	PR-технологии: разновидности и базовые инструменты		2		4		8	Д
Тема 4	Креативные технологии в рекламе и СО.		2		4		8	П
Тема 5	Эффективность рекламных и PR мероприятий		2		4		14	О
Промежуточная аттестация								зачет
Всего:		72	10		16		46	

Таблица 3.2
Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.	Форма
-------	---------------------------------	---------------------------------	-------

		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации		1		1		12	О, Д
Тема 2	Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.		1		1		10	О, Д
Тема 3	PR-технологии: разновидности и базовые инструменты		1		2		12	Д
Тема 4	Креативные технологии в рекламе и СО.		1		2		10	П
Тема 5	Эффективность рекламных и PR мероприятий				2		12	О
Промежуточная аттестация		4						зачет
Всего:		72	4		8		56	

Содержание дисциплины

Тема 1. PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации.

Паблик рилейшнз: многообразие определений и понятий. Принципы паблик рилейшнз. Функции PR. Политическая реклама как форма коммуникации. Предмет, субъект и объект рекламы. Отличие различных видов рекламы. Методы рекламной деятельности. классификация рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудиовизуальная. Классификация рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию. Функциональная типология рекламы Ф. Котлера. Информационная, коммуникативная функции рекламы. Агитация и пропаганда

Тема 2. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.

Психологические аспекты восприятия текста и изображения в рекламе и связях с общественностью. Простейшие приемы нейролингвистического программирования. Психологические аспекты пропаганды. Приемы манипуляции российских СМИ. Основные принципы воздействия музыки на человека. Использование музыки в рекламе. Аудиобрендинг.

Тема 3. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты

Политические технологии. Экономические кампании: PR как способ повышения инвестиционной привлекательности. Социальные кампании: спонсоринг и фандрейзинг. Экологический PR. Модульные технологии в реализации PR-проектов. Бизнес PR-технологии. Информационные PR-технологии. Базовые инструменты PR-технологий. Бенчмаркинг. Life Placement. Сторителлинг. Слухи в PR-кампаниях организаций. Управление толпой как инструмент PR. Проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.

Тема 4. Креативные технологии в рекламе и СО.

Креатив в рекламе. Технологии креатива. Составляющие креатива. Структура креатива. Маркетинговая, рекламная и медийная стратегии. Рекламная кампания, рекламные

сообщения и обращения. Сценарная, эскизная и дизайн разработка. Технологическая проработка, бюджетирование и планирование реализации.

Тема 5. Эффективность рекламных и PR мероприятий

Модель оценки PR-эффективности по Т. Ватсону. Модель оценки Ассоциации американских маркетологов. Другие варианты оценки эффективности. Этапы оценки эффективности PR кампаний. Оценка эффективности рекламных кампаний.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины **Б1.В.04 Управление проектами** используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля успеваемости
PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации	Опрос, доклады
Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.	Опрос, доклады
PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	доклады
Креативные технологии в рекламе и СО.	проект
Эффективность рекламных и PR мероприятий	Опрос

4.1.2. Зачет проводится в форме итоговой защиты группового проекта.

2.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

1.

Типовые оценочные материалы по теме 2. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью.

Вопросы для обсуждения:

1. Психологические аспекты восприятия текста и изображения в рекламе и связях с общественностью.
2. Аудиобрендинг.
3. Простейшие приемы нейролингвистического программирования.
4. Психологические аспекты пропаганды.
5. Приемы манипуляции российских СМИ.
6. Основные принципы воздействия музыки на человека.
7. Использование музыки в рекламе.

Темы докладов

1. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ
2. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе
3. Психология цвета

4.3. Оценочные средства промежуточной аттестации.

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-4	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.5	Способность готовить материалы рекламно-информационного характера в соответствие с требованиями законодательства и морально-этическими нормами
ДПК-4	Владение навыками моделирования внутренних бизнес-процессов с учетом влияния внешней среды	ДПК-4.3.	Умеет моделировать различные бизнес процессы в функциональной проектной деятельности организации

Таблица 6

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-4.5 Способность готовить материалы рекламно-информационного характера в соответствие с требованиями законодательства и морально-этическими нормами	Представляет информацию в понятной, доступной и привлекательной форме с соблюдением норм и правил	Содержание материалов логически выстроено в соответствии с выбранной формой. Текст выполнен с соблюдением существующих правил и норм, В тексте не допущено ошибок Выполнены требования по оформлению документа
ДПК-4.3 Умеет моделировать различные бизнес процессы в функциональной и проектной деятельности организации	Применяет различные методы моделирования для анализа и проектирования бизнес процессов в функциональной и проектной деятельности организации	Разрабатывает конкретные модели бизнес процессов в организациях, опираясь на известные методы и подходы к моделированию организационной деятельности

На зачете студенты защищают проект рекламной кампании.

Проект должен включать:

- Описание содержания проекта;
- План управления проектом;
- Отчет о завершении проекта;

Шкала оценивания

85-100 баллов	- Может определить основные параметры проекта (цели, сроки,
----------------------	-------------------------------------------------------------

	<p>команда, ресурсы, ограничения, контроль)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способен предложить адекватные способы привлечения (использования) ресурсов для реализации проекта - Сформулирована цель проекта - Дефрагментированы работы над проектом - Определена последовательность работ - Разработан сетевой график проекта - Определены работы критического пути проекта - Определены профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта - Используются основные инструменты подбора персонала - Используются методы оценки кандидата в команду проекта - Способен разработать систему мотивации команды проекта - Определены показатели, участвующие в расчете эффективности проекта - Используются адекватные инструменты для расчета эффективности проекта - Определены факторы, влияющие на эффективность проекта - Рассчитано влияние факторов на эффективность проекта (чувствительность проекта) - Способен разработать документы по шаблонам Международного Стандарта Управления Проектами ISO 215000:2012 - Способен разработать документы из Общего Стандарта Управления проектами (ОСУП) - Способен разработать документ из Офиса Управления Проектом (ОУП) - Способен определить основные бизнес-процессы в рамках проекта (сформулировать цели бизнес-процессов, определить этапы) - Способен определить критерии для отбора участников проекта - Способен читать сетевой график проекта (определить узловые точки) - Способен разработать системы контроля использования трудовых, материальных и информационных ресурсов проекта
84-70 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - Может определить почти все основные параметры проекта (цели, сроки, команда, ресурсы, ограничения, контроль). - Способен предложить адекватные способы привлечения (использования) ресурсов для реализации проекта, но не все. - Сформулирована цель проекта, но не очень точно. - Дефрагментированы работы над проектом, но дефрагментация недостаточно детальная. - Определена последовательность работ с отдельными отклонениями. - Разработан сетевой график проекта с отдельными ошибками. - Определены работы критического пути проекта, но длительность пути рассчитана ошибочно. - Определены профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта, но часть требований упущена или есть излишние требования. - Используются почти все основные инструменты подбора персонала, но с некоторым упущением. - Используются большая часть методов оценки кандидата в команду

	<p>проекта.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способен разработать систему мотивации команды проекта, но есть отдельные упущения. - Определена большая часть показателей, участвующих в расчете эффективности проекта. - Используются почти все адекватные инструменты для расчета эффективности проекта, но не все. - Определены факторы, влияющие на эффективность проекта, но не все. - Рассчитано влияние большинства факторов на эффективность проекта (чувствительность проекта). - Способен разработать большую часть документов по шаблонам Международного Стандарта Управления Проектами ISO 215000:2012. - Способен разработать большую часть документов из Общего Стандарта Управления проектами (ОСУП) - Способен разработать большую часть документов из Офиса Управления Проектом (ОУП) - Способен определить почти все основные бизнес-процессы в рамках проекта (сформулировать цели бизнес-процессов, определить этапы). - Способен определить критерии для отбора участников проекта, но не полностью - Способен разобраться в сетевом графике проекта (определить узловые точки). - Способен разработать системы контроля использования трудовых, материальных и информационных ресурсов проекта
69-55 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - Может определить некоторые фундаментальные параметры проекта; - Способен предложить несколько способов привлечения ресурсов для реализации проекта; - Способен сформулировать цель проекта, но недостаточно конкретно; - Работы над проектом дефрагментированы условно; - Большая часть последовательности работа выстроена верно; - Понимает основные принципы построения сетевого графика проекта; - Способен определить большую часть работ критического пути проекта; - В общих чертах умеет формулировать профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта; - Есть общие знания об основных инструментах подбора персонала; - Способен разработать простейшие системы мотивации команды проекта; - Разбирается в понятии «эффективность проекта», умеет частично проводить расчеты эффективности; - Способен изучить документы по шаблонам Международного Стандарта Управления Проектами ISO 215000:2012; - Способен изучить документы из Общего Стандарта Управления проектами (ОСУП); - Способен изучить документ из Офиса Управления Проектом (ОУП); - Способен определить некоторые бизнес-процессы в рамках проекта

	<p>(сформулировать цели бизнес-процессов, определить этапы);</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способен определить некоторые критерии отбора участников проекта; - Способен читать сетевой график проекта; - Способен разработать системы контроля использования трудовых, материальных и информационных ресурсов проекта.
Менее 55 баллов	<ul style="list-style-type: none"> - Не может определить фундаментальные параметры проекта; - Не способен предложить способы привлечения ресурсов для реализации проекта; - Не способен сформулировать цель проекта; - Не умеет дефрагментировать работы проекта; - Не понимает основные принципы построения сетевого графика проекта; - Не способен определить критический путь проекта; - Не умеет формулировать профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта; - Нет знаний знания об основных инструментах подбора персонала; - Не способен разработать системы мотивации команды проекта; - Не разбирается в понятии «эффективность проекта», не умеет проводить расчеты эффективности; - Не разбирается в документах по шаблонам Международного Стандарта Управления Проектами ISO 215000:2012; - Не разбирается в документах из Общего Стандарта Управления проектами (ОСУП); - Не разбирается в документах из Офиса Управления Проектом (ОУП); - Не способен сформулировать бизнес-процессы в рамках проекта (сформулировать цели бизнес-процессов, определить этапы); - Не способен определить критерии отбора участников проекта; - Не разбирается в системах контроля трудовых, материальных и информационных ресурсов проекта.

Перевод баллов в традиционную систему оценки:

Баллы по 100-балльной системе	Пятибалльная система оценки	Система оценивания «зачтено-не зачтено»
85-100 баллов	отлично	Зачтено
70-84 баллов	хорошо	зачтено
55-69 баллов	удовлетворительно	зачтено
Менее 55 баллов	неудовлетворительно	Не зачтено

4.4. Методические материалы промежуточной аттестации.

Процедура защиты проекта:

1. На защиту проекта каждому студенту отводится 7 мин.
2. Защита проекта должна проходить с использованием компьютерной презентации и/или наглядных раздаточных материалов.
3. Пояснительная записка к проекту должна быть сдана преподавателю не менее чем за 24 часа до начала зачета.
4. Докладчик выступает не более 5 минут. 2 минуты - мнения

5. Все доклады суммарно должны демонстрировать знания, умения, навыки студентов в управлении проектами.
6. Выставление итоговых оценок осуществляется преподавателем после презентации всех проектов.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Необходимо обязательно разобраться в терминологии дисциплины «Реклама и связи с общественностью» и понимать структуру дисциплины.

Для лучшего освоения материала необходимо до занятия прочитать соответствующую литературу, изучить предлагаемые преподавателем материалы и информацию по изучаемым проектам.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Артамонов, Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Д. С. Артамонов. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04611-0. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99033.html> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон. — библиотечная система «IPRbooks», требуется авторизация.
2. Варакута, С. А. Связи с общественностью / С. А. Варакута - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 207 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-003443-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 15.10.2020). – Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Znanium.com», требуется авторизация.
3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2018. — 462 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — URL: <https://urait.ru/bcode/414943> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
4. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/456679> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
5. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/453403> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
6. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.
7. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.

8. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

6.2. Дополнительная литература.

Артамонов, Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Д. С. Артамонов. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04611-0. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99033.html> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон. — библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

Варакута, С. А. Связи с общественностью / С. А. Варакута - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 207 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-003443-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 15.10.2020). – Режим доступа: электрон.-библ. система «Znanium.com», требуется авторизация.

Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2018. — 462 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — URL: <https://urait.ru/bcode/414943> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/456679> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/453403> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — URL: <https://urait.ru/bcode/425227> (дата обращения: 16.10.2020). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

6.3. Нормативные правовые документы.

6.4. Интернет-ресурсы.

1. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы*	Перечень лицензионного
---------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------	------------------------

		программного обеспечения.
<i>Учебные аудитории для проведения занятий лекционных занятий (ауд. № 313, № 315, № 317, № 319, №321, № 345, № 347, № 349)</i>	Экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподавитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная	Microsoft Windows
<i>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 214, № 216, № 218, № 236, № 304, №325)</i>	Интерактивная доска (№304), экран, компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет (№№236, 304,325), столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная	Microsoft Windows
<i>Компьютерные классы (ауд. № 205, № 206, № 207, № 208, № 213, № 215, № 217)</i>	Экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподавитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная	Microsoft Windows; 1С версия: Предприятие 8; Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»); Система «Консультант Плюс в Новосибирске»
<i>Класс деловых игр (ауд. № 224, № 226, № 228, № 230)</i>	Ноутбуки (до 10 шт), выход в Интернет ч/з Wi-Fi, аудиторная доска, аудиторные столы, стулья	Microsoft Windows
<i>Аудитории для самостоятельной работы обучающихся (ауд. № 207, № 208)</i>	Принтер-2 шт. компьютеры - 22 шт. с подключением к Интернету, к локальной сети института (включая правовые системы), автоматизированной библиотечной информационной и электронной библиотечной системам, столы аудиторные, стулья	Microsoft Windows; 1С версия; Предприятие 8; Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»); Система «Консультант

		Плюс Новосибирске»	В
<i>Информационно-ресурсный центр (ауд. № 101, № 201)</i>	16 компьютеров с выходом в Интернет, автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа, столы аудиторные, стулья	Microsoft Windows; Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»); Система «Консультант	В Новосибирске»
<i>Информационно-ресурсный центр. Информационно-библиографический отдел с читальным залом (ауд.№ 204, абонемент (ауд. № 007) (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет (ауд. № 101, № 102)</i>	Компьютеры с подключением к локальной сети филиала, Центру интернет-ресурсов и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья	Microsoft Windows; Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»); Система «Консультант	В Новосибирске»

* Поддержку и обеспечение средств информационно-коммуникационных технологий в Сибирском институте управления-филиале РАНХиГС осуществляет Информационно-техническое управление, работники которого в основном имеют высшее техническое образование, и их квалификация соответствует требованиям, установленным в ЕТКС.

В Сибирском институте управления-филиале РАНХиГС обеспечивается доступ к электронно-библиотечным системам, сформированным на основании прямых договоров с правообладателями учебной, учебно-методической, научной литературы и других видов публикаций. Объем электронных ресурсов, доступных пользователям Библиотеки на договорной и лицензионной основе, включает 18 отечественных и зарубежных электронных библиотек, и баз данных. Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда могут обеспечивать одновременный доступ 25% обучающихся по образовательной программе.

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий

основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей) и программах практик и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

Планируемое пополнение библиотечного фонда - 14 наименований учебников и учебных пособий основной литературы (210 экземпляров) и 23 наименования учебников, монографий и др. изданий дополнительной литературы (184 экземпляра) из расчета 0,5 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей) и программах практик и 0,25 экземпляров дополнительной литературы на обучающегося.

Сведения о наличии специальных условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья

№ п/п	Условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья	Наличие условий для получения образования обучающимися с ОВЗ (да/нет, комментарии)
1.	Обеспечение беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, в учебные помещения и другие помещения соискателя лицензии (лицензиата), а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальных пониженных стоек-барьеров; при отсутствии лифтов аудитории для проведения учебных занятий должны располагаться на первом этаже)	да
2.	Предоставление услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков	да
3.	Адаптированные образовательные программы (специализированные адаптационные предметы, дисциплины (модули))	да
4.	Специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, в том числе в формате печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы)	да
5.	Размещение в доступных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий	да
6.	Дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров	да

