

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и  
научной работе

Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
«ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2022

Форма обучения – Очная

Курс 2,3 Семестр 4,5

Экзамен 4,5 сем

Общая трудоемкость дисциплины 216 (академ. час), 6.00 (з.е)

Составитель М.А. Куроедова, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.09.2022 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2022 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель дисциплины:

Получение целостного представления о публичных рилейшнз; приобщение к ведущим формам и методам взаимодействия со средствами массовой информации.

### Задачи дисциплины:

- знакомство с современной теорией публичных рилейшнз;
- определение главных задач и функций управления процессом ПР и сферы его применения;
- изучение типологии пиар – текстов;
- изучение организации и проведения ПР-мероприятий.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Программа курса «Теория и практика связей с общественностью» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью», относится к дисциплинам базовой части.

Для изучения дисциплины необходимы знания, формируемые у студентов при изучении дисциплин «Современные информационно-коммуникационные технологии», «Профессиональная этика», «Публичные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Данная дисциплина соотносится с изучением профессиональных дисциплин по связям с общественностью и рекламе «Маркетинг в профессиональной деятельности», при прохождении «Производственная практика (профессионально-творческая практика)», сформированные компетенции проверяются в ходе Государственной итоговой аттестации.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

### 3.1 Обще профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) обще профессиональных компетенций	Код и наименования обще профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения обще профессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ИД-1ОПК-1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Общество государство	и	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиаатекстах и (или) медиапродуктах, (или) коммуникационных продуктах	ИД-1ОПК-2 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ИД-2ОПК-2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
-------------------------	---	---	--

#### 4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6.00 зачетных единицы, 216 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Сущность и содержание паблик рилейшнз	4	2										2	Конспект Терминологический диктант
2	Общественность в сфере связей с общественностью	4	2		2								2	Конспект Собеседование Тест
3	Управление процессом ПР	4	2		2								2	Конспект Собеседование
4	Значение ПР для социально-экономического развития	4	2		2								2	Конспект Собеседование Реферат/ доклад

5	Пиар – текст и типология его жанров	4	8		28							23	Конспект Собеседование Терминологический диктант Тест
6	Организация PR-мероприятий. Виды PR-мероприятий	5	2									3.6	Конспект Собеседование
7	Специальные PR-мероприятия. Планирование и разработка	5	4		8							3.6	Конспект Собеседование
8	Представительские PR-мероприятия. Планирование и разработка	5	2		8							3.6	Конспект Собеседование
9	Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	5	2		6							3.6	Конспект Собеседование
10	Активные информационные PR-мероприятия для СМИ	5	2		6							3.6	Конспект Собеседование
11	Презентационные PR-мероприятия	5	4		6							4	Конспект Собеседование
12	экзамен	4, 5								0.6	62.4		
	Итого			32.0	68.0	0.0	0.0	0.0	0.6	62.4	53.0		

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Сущность и содержание публичных отношений	Основные понятия публичных отношений. Правила установления и поддержания связей с общественностью. Публичные отношения как особая функция управления. Возникновение PR как сферы профессиональной деятельности. основополагающие принципы и функции PR. Практика PR на Западе. Рынок и направления PR – деятельности в России.
2	Общественность в сфере связей с общественностью	Понятие общественности и ее роль в сфере PR. Определение целевых и приоритетных групп общественности.
3	Управление процессом PR	Определение проблемы. Планирование и

		<p>программирование.  Деятельность по реализации программы.  Оценка эффективности программы и подведение итогов.</p>
4	Значение ПР для социально-экономического развития	<p>Цивилизованное лоббирование.  Избирательная кампания.  Участие в социально – экономическом преобразовании.</p>
5	Пиар – текст и типология его жанров	<p>Проблемы типологии и жанрообразования ПР – текстов.  Использование СМИ в программах ПР.  Классификация способов использования СМИ в ПР: по форме передачи сообщения; по типу СМИ; по функции взаимодействия со СМИ; по форме информации в СМИ; по содержанию сообщений.  Информационный мониторинг СМИ.  Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа – киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс – истории; web- сайт.  Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.  Использование СМИ в программах ПР. Рекламы и выставки как главное мероприятие ПР.</p>
6	Организация мероприятий. Виды ПР-мероприятий	
7	Специальные мероприятия. Планирование и разработка	<p>Подлинные и специальные события.  Специальные события и мероприятия:  - для СМИ (пресс- конференции, брифинги, пресстуры);  - для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры);  - для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции);  - информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы);  - развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали, дни открытых дверей</p>
8	Представительские мероприятия. Планирование и разработка	<p>Подлинные и специальные события.  Специальные события и мероприятия:  - для СМИ (пресс- конференции, брифинги, пресстуры);  - для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры);  - для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции);</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы);</li> <li>- развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали, дни открытых дверей)</li> </ul>
9	Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	<p>Цели участия в выставках Задачи участия в ярмарках и выставках Этапы процесса подготовки и участия в выставке или ярмарке. Структура: экспозиция, конгрессная часть</p>
10	Активные информационные мероприятия для СМИ	<p>Связи с общественностью, или публичных отношений (Public Relations), или просто ПР – один из способов доведения до сведения рынка информации (естественно, положительной) о компании. Зачем покупать рекламное место, если существует возможность опубликовать сообщение о высоком качестве товаров или бурной деятельности компании в газетах и журналах бесплатно Методы продвижения марки: с помощью ПР, рекламной кампании или через профессиональные ассоциации.. Стратегии пассивных ПР-мероприятий специализированных средств массовой информации – ССМИ (тематические передачи на ТВ и радио, отраслевые газеты, журналы, а также разнообразная информационно-рекламная продукция фирм – каталоги, пресс-релизы и пр.). Информационный мониторинг СМИ для сбора и анализа информации о деятельности конкурента.</p>
11	Презентационные мероприятия	<p>Виды, цели задачи презентационных мероприятий Планирование и разработка</p>

## 5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Общественность в сфере связей с общественностью	<p>Подходы к определению групп общественности. Внутриорганизационная типология групп общественности. Формула определения приоритетности групп общественности. Лидеры мнений, их роль в PR. Основные виды изучения общественного мнения.</p>
Управление процессом ПР	<p>Определение: процесс управления ПР. Этапы моделирования программы ПР-деятельности. Критерии ПР-программы. Принципы эффективной ПР-коммуникации.</p>
Значение ПР для социально-экономического развития	<p>Цель ПР-деятельности при достижении взаимопонимания между социальными структурами. Эффект «установления повестки дня». Экономические причины возникновения ПР. Условия демократического общества: наличие свободных СМИ.</p>
Пиар – текст и типология его	<p>Проблемы типологии и жанрообразования ПР –</p>

жанров	<p>текстов.</p> <p>Использование СМИ в программах ПР.</p> <p>Классификация способов использования СМИ в ПР: по форме передачи сообщения; по типу СМИ; по функции взаимодействия со СМИ; по форме информации в СМИ; по содержанию сообщений.</p> <p>Информационный мониторинг СМИ.</p> <p>Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа – киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; кейс – истории; web- сайт.</p> <p>Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.</p> <p>Использование СМИ в программах ПР.</p> <p>Жанровая характеристика корпуса ПР – текстов.</p> <p>Характеристика жанров первичных пиар – текстов.</p> <p>Оперативно – новостные жанры. Исследовательские жанры. Образно – новостные жанры.</p> <p>Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов, смежных пиар – текстов.</p>
Специальные ПР- мероприятия. Планирование и разработка	<p>Специальные события и мероприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- для СМИ (пресс- конференции, брифинги, пресстуры);</li> <li>- для внутренней общественности (праздники, конкурсы, церемонии награждения, ролевые игры);</li> <li>- для внешней общественности (презентации, приёмы, церемонии открытия, выставки, экспозиции);</li> <li>- информационные мероприятия (семинары, конференции, симпозиумы, круглые столы);</li> <li>- развлекательные мероприятия (праздники, концерты, фестивали, дни открытых дверей)</li> </ul>
Представительские ПР- мероприятия. Планирование и разработка	<p>Организация и проведение: презентации, конференции.</p> <p>Организация и поведение: круглого стола, делового приема, делового завтрака, благотворительной акции, деловой встречи. Интервью – особый вид деловой встречи.</p> <p>Организация и проведение: пресс- тура, пресс-конференции.</p>
Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	<p>Цели участия в выставках</p> <p>Задачи участия в ярмарках и выставках</p> <p>Этапы процесса подготовки и участия в выставке или ярмарке.</p> <p>Структура: экспозиция, конгрессная часть.</p>
Активные информационные ПР- мероприятия для СМИ	<p>Способы использования СМИ в мероприятиях пиар</p> <p>Информационный мониторинг СМИ для сбора и анализа информации о деятельности конкурента.</p>



Презентационные мероприятия	ПР-	Виды, цели задачи презентационных мероприятий Планирование и разработка
-----------------------------	-----	--

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Сущность и содержание публичных рилейшнз	Чтение и конспектирование спец. литературы Собеседование Тест	2
2	Общественность в сфере связей с общественностью	Чтение и конспектирование спец. литературы Собеседование Тест	2
3	Управление процессом ПР	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование	2
4	Значение ПР для социально-экономического развития	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Подготовка реферата/доклада	2
5	Пиар – текст и типология его жанров	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	23
6	Организация ПР-мероприятий. Виды ПР-мероприятий	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	3.6
7	Специальные ПР-мероприятия. Планирование и разработка	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	3.6
8	Представительские ПР-мероприятия. Планирование и разработка	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	3.6
9	Ярмарки и выставки. Планирование и разработка	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	3.6
10	Активные информационные ПР- мероприятия для СМИ	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	3.6

11	Презентационные ПР-мероприятия	Чтение и конспектирование спец. литературы. Собеседование Творческие задания	4
----	-----------------------------------	---	---

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения по данной дисциплине используются в учебном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Темы дисциплины

Интерактивная форма

1

Общественность в сфере связей с общественностью

Проблемная лекция

2

Управление процессом ПР

Проблемная лекция

3

Пиар-тест и типология его жанров

Практический тренинг

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Истоки и история развития связей с общественностью.
2. Роль и место ПР в современном обществе.
3. Понятие общественности и ее роль в сфере ПР.
4. Планирование и разработка ПР – кампаний.
5. Проведение организационно – представительских мероприятий.
6. Виды рабочих мероприятий.
7. Значение ПР для социально-экономического развития.
15. Пиар – текст и типология его жанров.
16. Классификация способов использования СМИ в пиар – текстах.
17. Оперативно – новостные жанры пиар – текстов.
18. Исследовательские жанры пиар – текстов.
19. Образно – новостные жанры пиар – текстов.
20. Жанровое своеобразие комбинированных медиатекстов.

Семестр 5.

1. Планирование и разработка ПР – кампаний: цели, этапы подготовки и проведения. Выбор оптимального бюджета ПР – кампании. Оценка эффективности.
2. Проведение организационно – представительских мероприятий. Виды рабочих мероприятий.
3. Значение ПР для социально-экономического развития. Корпоративная социальная ответственность. Категории КСО: предприятие, образование, культура и искусство.
4. Социальные ПР – технологии. Организация и проведение культурно – массовых мероприятий. Долгосрочные социальные программы. Социальный ПР в сфере культуры.
5. Медиастратегии в политической кампании. Новостные события в политической кампании.
6. Политические ПР и реклама на телевидении. Политические ПР и реклама в прессе.
7. Интернет в политической коммуникации.
8. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени.
9. Церемония открытия (нового бизнеса, становление новой услуги компании): цели, технология подготовки, составление программы и сценария.
10. Презентации и приемы: цели, этапы. Возможный сценарий мероприятий.

11. Конференции: основные виды, этапы проведения. Подготовка организаторами конференции медиа – кит для журналистов.
12. Организация Дней открытых дверей, «Круглых столов».
13. Выставки. Цели экспозиционной деятельности фирмы. Цели посетителей выставки. Принятие решения об экспозиционировании.
14. Методы и операции сбора ПР – данных. Проведение организационно – представительского мероприятия «пресс – тур».

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) литература

1. Хамаганова, К. В. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт- Петербург : Санкт- Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 186 с. — ISBN 978-5-7937-1487-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/102682.html](https://www.iprbookshop.ru/102682.html) (дата обращения: 16.03.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: [https:// doi.org/10.23682/102682](https://doi.org/10.23682/102682)
2. Булатова, С. Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / С. Н. Булатова. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 80 с. — ISBN 978-5-8154-0229-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/22113.html](https://www.iprbookshop.ru/22113.html) (дата обращения: 16.03.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии: учебное пособие для студентов вузов / А. Ю. Горчева, Т. Э. Гринберг, И. А. Красавченко [и др.]; под редакцией В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. — 2-е изд. — Москва: Аспект Пресс, 2018. — 222 с. — ISBN 978-5-7567-0896-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/80707.html](https://www.iprbookshop.ru/80707.html) (дата обращения: 16.03.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие / составители А. М. Алексеев- Апраксин. — Санкт- Петербург: Санкт- Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 120 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: [https:// www.iprbookshop.ru/102976.html](https://www.iprbookshop.ru/102976.html) (дата обращения: 16.03.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102976>
4. Теория и практика связей с общественностью. [Электронный ресурс]: учеб.-метод. материалы для направления подготовки 42.03.01 / АмГУ, ФФ ; сост. М.А. Куроедова. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. Режим доступа: [http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU\\_Edition/8160.pdf](http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8160.pdf)
5. Организация и проведение ПР- мероприятий. [Электронный ресурс]: Учебно-методические материалы для направления подготовки 42.03.01 / АмГУ, ФФ; сост. М.А. Куроедова. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. режим доступа: [http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU\\_Edition/8162.pdf](http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8162.pdf)

### б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система MS Windows 10 Education, Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
2	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.

3	Электронно-библиотечная система IPRbooks <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>	Электронно-библиотечная система IPRbooks – научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу
4		Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a> Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	<a href="https://minobrnauki.gov.ru/">https://minobrnauki.gov.ru/</a>	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
2	<a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
3	<a href="http://www.humanities.edu.ru/">http://www.humanities.edu.ru/</a>	Федеральный портал "Социально- гуманитарное и политологическое образование" -
4	<a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a>	Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал

### 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально- технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер, экран, – и учебно- наглядные пособия (видеоролики с примерами ситуаций, демонстрационные тексты).

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно- библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно- библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно- образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах. Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.