

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 18.08.2023 21:04:59  
Уникальный программный ключ:  
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет  
Кафедра

*Башкирской и тюркской филологии*  
*Башкирской филологии*

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

дисциплина

***Б1.В.04 PR-технологии: филологическое обеспечение***

часть, формируемая участниками образовательных отношений

Направление

***44.04.01***  
код

***Педагогическое образование***  
наименование направления

Программа

***Инновационные образовательные технологии в филологии***

Форма обучения

***Заочная***

Для поступивших на обучение в  
***2021 г.***

Разработчик (составитель)  
***кандидат филологических наук, доцент***  
***Басырова Г. А.***  
ученая степень, должность, ФИО

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций .....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....</b> | <b>5</b>  |
| <b>4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....</b>  | <b>6</b>  |
| 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....  | 6         |
| 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) .....   | 6         |
| <b>5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) .....</b>  | <b>9</b>  |
| 6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....   | 9         |
| 6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем .....   | 10        |
| 6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства .....  | 11        |
| <b>7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....</b>  | <b>11</b> |

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

| <b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>   | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>   | <b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>   |
|---|---|---|
| ПК-4. Способен вести совместно с другими участниками исследовательскую деятельность в рамках выбранной проблематики | ПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности в образовании  | Обучающийся должен:<br>Знает методологические основы исследовательской деятельности в образовании   |
|   | ПК-4.2. Умеет работать в исследовательской команде, проектировать программы исследования в рамках выбранной проблематики, отбирать методологические основания используемые методы педагогического исследования, источники информации  | Обучающийся должен:<br>Умеет работать в исследовательской команде, проектировать программы исследования в рамках выбранной проблематики, отбирать методологические основания используемые методы педагогического исследования, источники информации   |
|   | ПК-4.3. Владеет приемами организации работы проектной (исследовательской) команды для поиска и применения знаний в рамках выбранной проблематики с целью решения задач развития профессиональной деятельности   | Обучающийся должен:<br>Владеет приемами организации работы проектной (исследовательской) команды для поиска и применения знаний в рамках выбранной проблематики с целью решения задач развития профессиональной деятельности  |
| УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия              | УК-5.1. Знает педагогические основы построения взаимодействия с субъектами образовательного процесса; методы выявления индивидуальных особенностей обучающихся; особенности построения взаимодействия с различными участниками образовательных отношений с учетом особенностей образовательной среды учреждения | Обучающийся должен знать:<br>– политематические и профильные медиаресурсы;<br>– приемы и методы генерации рекламных идей для выявления бных особенностей обучающихся,<br>– методику выявления и постановки рекламных задач,<br>– основы создания имиджевой рекламы<br>- Методические модели, методику и технологию обучения PR-технологии в филологии |
|   | УК-5.2. Умеет использовать особенности образовательной среды учреждения для реализации взаимодействия   | Обучающийся должен уметь:<br><br>- с помощью инструментария, полученного на занятиях,   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>субъектов; составлять (совместно с другими специалистами) планы взаимодействия участников образовательных отношений; использовать для организации взаимодействия приемы организаторской деятельности</p>   | <p>ориентироваться в современных работах по дизайну;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать различные ресурсы для приобретения необходимых знаний, критически оценивать их;</li> <li>– подбирать необходимые средства для производства рекламы с участниками образовательных отношений,</li> <li>– планировать рекламную кампанию совместно с обучающимися,</li> <li>– технологии производства рекламной продукции с участниками образовательных отношений,</li> <li>– разрабатывать фирменный стиль, рекламные тексты, буклеты, сценарии радио- и телерекламы, сайты с участниками образовательных отношений</li> </ul> <p>- применять разнообразные методические модели, методы, приемы и PR-технологии в проведении учебных занятий разных типов</p> |
|  | <p>УК-5.3. Владеет технологиями взаимодействия и сотрудничества в образовательном процессе; способами решения проблем при взаимодействии с различным контингентом обучающихся; приемами индивидуального подхода к разным участникам образовательных отношений</p> | <p>Обучающийся должен:</p> <p>Владеть навыками разработки рекламных стратегий в различных сферах деятельности с обучающимися;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками проектирования медиапродуктов с участниками образовательных отношений;</li> <li>– навыками анализа различных текстов с точки зрения дизайна и рекламных технологий;</li> <li>– навыками построения грамотных текстов различных жанров в соответствии с принципами и задачами рекламы</li> </ul> <p>- навыками разработки и реализации новых</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | образовательных PR-технологий, в том числе информационных, анализа результатов процесса их использования в организациях, осуществляющих образовательную деятельность |
|--|--|--|

## 2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Цели изучения дисциплины:

1. Ознакомление студентов с азами связей с общественностью,
2. Обучение их основным навыкам создания PR-текстов,
3. Приобщение к ведущим формам и методам взаимодействия со средствами массовой коммуникации.

Дисциплина «PR-технологии: филологическое обеспечение» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 1, 2 курсах в 2, 3 семестрах

## 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 108 акад. ч.

| Объем дисциплины   | Всего часов            |
|--|------------------------|
|  | Заочная форма обучения |
| Общая трудоемкость дисциплины                            | 108                    |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем:     |                        |
| лекций   | 6                      |
| практических (семинарских)                               | 18                     |
| другие формы контактной работы (ФКР)                     | 0,2                    |
| Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):     | 3,8                    |
| зачет  |                        |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) | 80                     |

| Формы контроля | Семестры |
|----------------|----------|
| зачет          | 3        |

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)**

| № п/п    | Наименование раздела / темы дисциплины               | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) |           |          |           |
|----------|--|---|-----------|----------|-----------|
|          |  | Контактная работа с преподавателем  |           |          | СР        |
|          |  | Лек   | Пр/Сем    | Лаб      |           |
| <b>1</b> | <b>Теории и практики общественных связей</b>         | <b>4</b>  | <b>12</b> | <b>0</b> | <b>50</b> |
| 1.1      | История развития связей с общественностью            | 2   | 2         | 0        | 12        |
| 1.2      | Коммуникация и общественное мнение.                  | 2   | 4         | 0        | 12        |
| 1.3      | Менеджмент процессов. Стратегическое планирование.   | 0   | 2         | 0        | 14        |
| 1.4      | PR-профессии и области профессиональной деятельности | 0   | 4         | 0        | 12        |
| <b>2</b> | <b>Технологии общения в PR-деятельности</b>          | <b>2</b>  | <b>6</b>  | <b>0</b> | <b>30</b> |
| 2.1      | Риторика PR-деятельности                             | 2   | 2         | 0        | 15        |
| 2.2      | Этика публичных выступлений                          | 0   | 4         | 0        | 15        |
|          | <b>Итого</b>   | <b>6</b>  | <b>18</b> | <b>0</b> | <b>80</b> |

**4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)**

Курс лекционных занятий

| №        | Наименование раздела / темы дисциплины       | Содержание   |
|----------|--|--|
| <b>1</b> | <b>Теории и практики общественных связей</b> |  |
| 1.1      | История развития связей с общественностью    | История развития связей с общественностью. Направления в деятельности по связям с общественностью. Налаживание долгосрочных связей и продвижение проектов. Типы организаций и их обществности. Этические основы паблик рилейшнз. Правовые основы деятельности по связям с общественностью.           |
| 1.2      | Коммуникация и общественное мнение.          | Настройка и адаптация. Коммуникация и общественное мнение. Распространение информации. Работа со СМИ.  |
| <b>2</b> | <b>Технологии общения в PR-деятельности</b>  |  |
| 2.1      | Риторика PR-деятельности                     | Риторика PR-деятельности. Публичность как параметр деятельности по связям с общественностью. Виды публичных выступлений. Структура и функции публичных выступлений. Выдающиеся ораторы XX века и их излюбленные приемы. Публичная речь и критическое мышление. Публичная речь в мультимедийном мире. |

Курс практических/семинарских занятий

| №        | Наименование раздела / темы дисциплины               | Содержание  |
|----------|--|---|
| <b>1</b> | <b>Теории и практики общественных связей</b>         |   |
| 1.1      | История развития связей с общественностью            | 1. История развития связей с общественностью. 2. Направления в деятельности по связям с общественностью. 3. Налаживание долгосрочных связей и продвижение проектов. 4. Типы организаций и их общественности. 5. Этические основы публичных отношений. 6. Правовые основы деятельности по связям с общественностью.                            |
| 1.2      | Коммуникация и общественное мнение.                  | 1. Настройка и адаптация.<br>2. Коммуникация и общественное мнение.<br>3. Распространение информации.<br>4. Работа со СМИ.  |
| 1.3      | Менеджмент процессов. Стратегическое планирование.   | 1. Менеджмент процессов.<br>2. Стратегическое планирование.<br>3. Предвидение кризисов и конфликтов.<br>4. PR-стратегия.<br>5. PR-деятельность в политике, бизнесе и некоммерческих организациях.<br>6. Общественные объединения.   |
| 1.4      | PR-профессии и области профессиональной деятельности | 1. Имидж публичной персоны.<br>2. Имидж политического деятеля.<br>3. Корпоративный имидж.<br>4. Имидж государства.<br>5. Имидж субъекта и имидж объекта.<br>6. Методики создания имиджа.<br>7. Позиционирование. Манипулирование.<br>Мифологизация. Эмоционализация.<br>8. Имиджевые стратегии. Имидж врага.                                  |
| <b>2</b> | <b>Технологии общения в PR-деятельности</b>          |   |
| 2.1      | Риторика PR-деятельности                             | 1. Риторика PR-деятельности.<br>2. Публичность как параметр деятельности по связям с общественностью.<br>3. Виды публичных выступлений.<br>4. Структура и функции публичных выступлений.<br>5. Выдающиеся ораторы XX века и их излюбленные приемы.<br>6. Публичная речь и критическое мышление.<br>7. Публичная речь в мультикультурном мире. |
| 2.2      | Этика публичных выступлений                          | 1. Этика публичных выступлений. Тема и проблема. Цели и задачи. Анализ аудитории.<br>2. Подбор материала. Обоснование и аргументирование: свидетельства, ссылки, апелляция к авторитетам, примеры, статистика, экспертное мнение и др.<br>3. Композиция. Экспрессивные языковые средства,   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>интонация: мелодика, темп, тембр, ритм, паузы, артикуляция и ударение.</p> <p>4. Внешность, манеры, поза, мимика, жестикация.</p> <p>5. Структура презентации. Наглядность, типы публичных выступлений: информативные, убеждающие, ритуальные.</p> <p>6. Публичные выступления в небольших группах.</p> |
|--|--|

## 5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень тем, разделов учебной дисциплины выносимых на самостоятельное изучение

Тема 1.1. Имидж в структуре коммуникации. Имидж как элемент мира. Вербальная и невербальная составляющая имиджа. Имидж и миф.

Тема 1.2 Имидж публичной персоны. Имидж политического деятеля. Корпоративный имидж. Имидж государства. Имидж субъекта и имидж объекта. Методики создания имиджа. Позиционирование. Манипулирование. Мифологизация. Эмоционализация. Имиджевые стратегии. Имидж врага.

Тема 1.3. Вербализация имиджа. Имидж и текст. Прецедентность в структуре имиджа. Соответствие ожиданиям. <<Фирменный знак>> имиджа. Имидж и реальный человек.

Тема 2.1. PR-профессии и области профессиональной деятельности. Специалист по связям с общественностью (менеджер публичных отношений, специалист широкого профиля). Имиджмейкер. Спидоптор - помощник в решении проблем. переговорщик. Специалист по коммуникации в кризисных ситуациях. Спичрайтер и технологии публичной речи. Пресс-секретарь. Информационные и психологические кампании. Избирательные кампании, рекламные кампании.

Тема 2.2. Реклама и PR как объекты междисциплинарных исследований. Проблема классификации и типологии рекламных текстов. Структура рекламного текста. Вербальные и изобразительные структурные константы: особенности функционирования. Проблема приемлемости рекламного текста в связи с особенностями различных рекламоносителей (прессы, телевидения, радио, наружной рекламы, фильмов, прямой почтовой рассылки): особенности печатных и газетно-журнальных рекламных текстов. специфика радиорекламного текста: текстовые преимущества и ограничения. видеовербальный рекламный текст: многообразие форм.

Тема 2.3. Особенности правового и этического регулирования рекламной деятельности в СМИ (Кодекс маркетинговых исследований; Кодекс деятельности по стимулированию продаж; Кодекс прямой почтовой рассылки и торговли по каталогам; Кодекс прямых продаж). Международный кодекс рекламной практики: пределы действия, интерпретация, определения, основные принципы, основные положения. Российский рекламный кодекс: пределы действия, интерпретация, определения, основные принципы, основные положения. Федеральный «Закон о рекламе». Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA): пределы действия, интерпретация, определения, основные принципы, основные положения. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR (Лиссабонский кодекс). Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

Тема 2.4. Коммуникативные модели PR- коммуникации. PR—текст: определение и сущностные характеристики. Источники PR— текста. Функции PR. Функции PR—текста. Виды и формы PR. Воздействие, механизмы работы со средствами массовой информации. Жанры PR-текста. Жанры PR-текста: простые. Жанры PR— текста: комбинированные

Тема 3.1. Лингвистическая экспертиза медиатекстов. Медиатекст как объект

лингвоправового конфликта. Категории дел для назначения судебной лингвистической экспертизы по медиатекстам. Анализ медиатекста в лингвоюридическом аспекте.

Тема 3.2. Лингвистическая экспертиза медиатекстов по защите чести, достоинства и деловой репутации; клевете; оскорблению. Честь, достоинство и доброе имя как охраняемые законом права гражданина и юридического лица. Лингвистическая экспертиза медиатекста, проводимая при рассмотрении дела по ст.152 ГК РФ. Понятие порочащей информации. Мнение. Оценка. Утверждение. Клевета и оскорбление. Оскорбление как правонарушение и преступление. Лингвистические признаки оскорбления. Понятие «неприличная форма». Словари инвективной лексики русского языка.

Тема 3.3. Лингвистическая экспертиза рекламных текстов ФЗ «О рекламе» в лингвоюридическом аспекте. Недобросовестная и недостоверная реклама. Бранная лексика и оскорбительные образы в рекламе. Некорректные сравнения в рекламе; порочащая информация в рекламе; речевое воздействие в рекламе; призывы в рекламе; отсутствие существенной информации о рекламируемом товаре; скрытая реклама; неавторизованная информация в рекламе отдельных видов товаров; разграничение утверждений и оценочных суждений в рекламном тексте. SMS-спам. Реклама отдельных видов товаров. Реклама алкогольной продукции; пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Реклама табака и табачных изделий. Реклама финансовых услуг. Реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг. Реклама БАДов, пищевых добавок, продуктов детского питания. Саморегулирование и государственный контроль в сфере рекламы и недобросовестной конкуренции. Саморегулирование в сфере рекламы; полномочия антимонопольного органа на осуществление гос. контроля в сфере рекламы; предоставление информации в антимонопольный орган; организация и проведение проверок в сфере рекламы; ответственность за нарушение законодательства о рекламе; актуальные вопросы по внесению изменений в ФЗ «О рекламе» и т.д. Лингвистическая экспертиза товарных знаков. Незаконное использование товарных знаков. Лингвомаркетинговые исследования. Товарный знак как объект интеллектуальной собственности. Установление сходства товарных знаков до степени смешения (Метод. рекомендации РОСПАТЕНТА; соц. исследование). Комплексная экспертиза товарных знаков

Тема 3.4. Лингвистическая экспертиза медиатекстов по вопросам разжигания межнациональной розни и вражды. Признаки экстремистского текста. Понятие призыва. Виды призыва. Признаки и содержание экстремистского призыва. Гражданская критика и экстремизм: границы понятий.

Учебно-методические материалы:

1. Кузнецов М.А. Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему: учеб.-практ. пособие / Максим Кузнецов, Игорь Цыкунов. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 147 с. (10 экз.)
2. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. - ISBN 978-5-394-01184-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046> (22.06.2021)
3. Сайтэл П.Фрэйзер. Современные паблик рилейшнз / Фрэйзер П.Сайтэл; пер. с англ. О.В.Дубовицкой и др. – 8-е изд. – М.: ИМИДЖ-Контакт: ИНФРА-М, 2002. – 590 с. (16 экз.)

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

**Основная учебная литература:**

1. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. - ISBN 978-5-394-01184-9 - Режим доступа: <http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=513046> (12.06.2023)
2. Кузнецов М.А. Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему: учеб.-практ. пособие / Максим Кузнецов, Игорь Цыкунов. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 147 с. (10 экз.)
3. Сайтэл П.Фрэйзер. Современные паблик рилейшнз / Фрэйзер П. Сайтэл; пер. с англ. О.В.Дубовицкой и др. – 8-е изд. – М.: ИМИДЖ-Контакт: ИНФРА-М, 2002. – 590 с. (16 экз.)

#### Дополнительная учебная литература:

1. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика / авт. предисл. А.П.Ситников; пер с англ. О.В.Дубицкой. – М.: ИМИДЖ-Контакт: ИНФРА-М, 2002. – 491 с. (6 экз.)
2. Романов, А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа: учебно-методический комплекс / А.А. Романов. - Москва: Евразийский открытый институт, 2010. - 183 с. - ISBN 978-5-374-00394-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761> (12.06.2023).
3. Антипов К.В. Паблик рилейшнз: учеб.пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2002. – 148с. (4 экз.)
4. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров=Publicrelationsformanagers : курс лекций / И.В.Алешина.– М.: ЭКМОС, 2006. – 478 с. (10 экз.)
5. Чумаков А.Н. Связи с общественностью: Учеб.пособие для студентов. Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Фак. гос. упр. – М., 2001. –295 с.([http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=112199&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112199&sr=1)).(12.06.2023)

#### 6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

| № п/п | Наименование документа с указанием реквизитов  |
|-------|--|
| 1     | Договор на доступ к ЭБС ZNANIUM.COM между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Знаниум» № 3/22-эбс от 05.07.2022   |
| 2     | Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/22-эбс от 04.03.2022 |
| 3     | Договор на доступ к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 223-950 от 05.09.2022  |
| 4     | Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-948 от 05.09.2022  |
| 5     | Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-949 от 05.09.2022  |
| 6     | Соглашение о сотрудничестве между БашГУ и издательством «Лань» № 5 от 05.09.2022   |
| 7     | ЭБС «ЭБ БашГУ», бессрочный договор между БашГУ и ООО «Открытые библиотечные системы» № 095 от 01.09.2014 г.  |
| 8     | Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 223-796 от 27.07.2022  |
| 9     | Договор о подключении к НЭБ и о предоставлении доступа к объектам НЭБ между БашГУ в лице директора СФ БашГУ с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1438-П от 11.06.2019      |
| 10    | Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между УУНиТ в лице  |

|  |
|--|
| директора СФ УУНиТ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/23-эбс от 03.03.2023 |
|--|

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»)**

| № п/п | Адрес (URL)  | Описание страницы  |
|-------|--|--|
| 1     | <a href="https://vuzlit.ru/232536/tehnologii">https://vuzlit.ru/232536/tehnologii</a>  | PR-технологии  |
| 2     | <a href="http://books.ifmo.ru/file/pdf/932.pdf">http://books.ifmo.ru/file/pdf/932.pdf</a>  | О. Г. Филатова «Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов»  |
| 3     | file:///C:/Users/гул/Downloads/kratkij-obzor-uchebno-metodicheskogo-posobiya-reklamovedenie-filologicheskoe-obespechenie-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu.pdf | Л.С. Тихомирова краткий обзор учебно-методического пособия «Рекламование: филологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью» |

**6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

| Наименование программного обеспечения   |
|---|
| Office Standart 2010 RUS OLP NL Acdmc - 200 /Лицензионный договор №04297 от 9.04.2012   |
| Windows XP - Лицензионное соглашение MSDN. Государственный контракт №9 от 18.03.2008 г. ЗАО «СофтЛайн»  |
| Office Standart 2007 Russian OpenLicensePack NoLevel Acdmc - 200 / ООО «Общество информационных технологий». Государственный контракт №13 от 06.05.2009 |

**7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

| Тип учебной аудитории  | Оснащенность учебной аудитории   |
|--|--|
| Компьютерный кабинет. Учебная аудитория для курсового проектирования. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория групповых индивидуальных консультаций. Учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации. | учебная мебель, доска, персональный компьютер с доступом к сети Интернет                         |
| Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования  | Демонстрационное оборудование  |
| Читальный зал: помещение для самостоятельной работы  | Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, компьютеры с доступом к сети «Интернет» и ЭИОС Филиала |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория групповых индивидуальных консультаций. Учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации.   | учебная мебель, доска  |
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения  | учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, экран   |

занятий семинарского типа. Учебная аудитория групповых индивидуальных консультаций. Учебная аудитория текущего контроля и промежуточной аттестации.

настенный, учебно-наглядные пособия