

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан экономического
факультета
Черных А.Н.
«21» мая 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.О.27 – Связи с общественностью в органах власти

Направление подготовки **38.03.04 Государственное и муниципальное управление**

Направленность (профиль) **Муниципальное управление в сельских территориях**

Квалификация выпускника – **бакалавр**

Факультет **Экономический**

Кафедра истории, философии и социально-политических дисциплин

Разработчик рабочей программы:
доцент



Артемяева В.С.

Воронеж – 2024 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение и, утвержденным приказом Министра образования и науки Российской Федерации № 1016 от 13.08.2020.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры истории, философии и социально-политических дисциплин (протокол № 9 от 14.05.2024 г.)

Заведующий кафедрой



подпись

С.А. Иконников

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией экономического факультета (протокол № 9 от 21.05.2024 г.).

Председатель методической комиссии



Л.В.Брянцева

Рецензент рабочей программы *Руководитель департамента аграрной политики Воронежской области, кандидат экономических наук А.Ф. Сапронов*

1. Общая характеристика дисциплины

1.1. Цель дисциплины

Цель учебной дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» – ознакомление обучающихся с вопросами взаимодействия государственной власти и гражданского общества. Дать будущему специалисту представление о понятии «общественность», «общественное мнение» познакомить с новыми эффективными идеями и различными технологиями в области развития общественных связей, способами поддержки государственного управления, местного самоуправления, деловой сферы и предпринимательства, реализации отдельных PR-проектов широкомасштабных программ, внутренней структурой муниципальных образований Российской Федерации

1.2. Задачи дисциплины

- познакомить обучающихся с важнейшими тенденциями развития мирового PR;
- обеспечить знаниями о концепциях организации общественных связей за рубежом и в России;
- определить специфику российской ситуации;
- дать возможность обучающимся освоить некоторые методы и технологии связей с общественностью в политике, в органах власти

1.3. Предмет дисциплины

Предметом дисциплины выступают нормы законодательства, регулирующие отношения в сфере связей с общественностью

1.4. Место дисциплины в образовательной программе

В структуре образовательной программы Дисциплина «Связи с общественностью в органах власти» относится к обязательной части в структуре образовательной программы подготовки бакалавров по направлению «Государственное и муниципальное управление» и является обязательной для изучения.

1.5. Взаимосвязь с другими дисциплинами

Изучение дисциплины «Связи с общественностью в органах власти» базируется на знании программы по следующим предметам: «Конституционное право РФ», «Основы государственного и муниципального управления», «Государственная и муниципальная служба»

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция		Индикатор достижения компетенции	
Код	Содержание	Код	Содержание
ОПК-7	Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	У1	Умеет организовывать взаимодействие и применять технологии взаимодействия с другими органами публичной власти, общественными институтами и гражданами

3. Объём дисциплины и виды работ

3.1. Очная форма обучения

Показатели	Семестр		Всего
	7		
Общая трудоёмкость, з.е./ч	4 / 144		4 / 144
Общая контактная работа, ч	42,15		42,15
Общая самостоятельная работа, ч	101,85		101,85
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	42,00		42,00
лекции	14	-	14,00
лабораторные	-	-	
в т.ч. практическая подготовка	-	-	
практические	28	-	28,00
в т.ч. практическая подготовка	-	-	
индивидуальные консультации при выполнении курсового проекта	-	-	
индивидуальные консультации при выполнении курсовой работы	-	-	
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	93,00		93,00
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,15		0,15
групповые консультации	-	-	
курсовой проект	-	-	
курсовая работа	-	-	
зачет	0,15	-	0,15
зачет с оценкой	-	-	
экзамен	-	-	
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	8,85		8,85
выполнение курсового проекта	-	-	

выполнение курсовой работы	-	-	
подготовка к зачету	8,85	-	8,85
подготовка к зачету с оценкой	-	-	
подготовка к экзамену	-	-	
Форма промежуточной аттестации	зачет		зачет

3.2. Очно-заочная форма обучения

Показатели	Семестр		Всего
	9		
Общая трудоёмкость, з.е./ч	4 / 144		4 / 144
Общая контактная работа, ч	24,15		24,15
Общая самостоятельная работа, ч	119,85		119,85
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч. (ч)	24,00		24,00
лекции	8	-	8,00
лабораторные	-	-	
в т.ч. практическая подготовка	-	-	
практические	16	-	16,00
в т.ч. практическая подготовка	-	-	
индивидуальные консультации при выполнении курсового проекта	-	-	
индивидуальные консультации при выполнении курсовой работы	-	-	
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий, ч	111,00		111,00
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации обучающихся, в т.ч. (ч)	0,15		0,15
групповые консультации	-	-	
курсовой проект	-	-	
курсовая работа	-	-	
зачет	0,15	-	0,15
зачет с оценкой	-	-	
экзамен	-	-	
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч. (ч)	8,85		8,85
выполнение курсового проекта	-	-	
выполнение курсовой работы	-	-	
подготовка к зачету	8,85	-	8,85
подготовка к зачету с оценкой	-	-	
подготовка к экзамену	-	-	
Форма промежуточной аттестации	зачет		зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Содержание дисциплины в разрезе разделов и подразделов

РАЗДЕЛ I. «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Подраздел 1.1. Связи с общественностью в современном обществе

Связи с общественностью: многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные факторы возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса «паблик рилейшнз». Становление PR как науки и учебной дисциплины. Зарождение «связей с общественностью» в США и пропагандистская деятельность в СССР. Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции СО.

Подраздел 1.2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью

Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов PACO.

Подраздел 1.3. Базовые документы по PR

Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Крупнейшие международные независимые компании и сети агентств в области связей с общественностью. Правовое обеспечение связей с общественностью

Подраздел 1.4. Организационные структуры в связях с общественностью

Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели, потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социо-культурная, клерикальная, профессиональная среда. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств.

РАЗДЕЛ II. PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Подраздел 2.1. Цели, функции, структура и методы служб по связям с общественностью в органах власти.

Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях. Функции и задачи PR - специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ. Особенности деятельности PR-структур в городских и сельских поселениях. Информация о деятельности органов власти на территории сельских поселений.

Подраздел 2.2. Имидж органа государственной власти

Связи с общественностью в государственных структурах. Роль PR в государственной системе. Цели и задачи PR-деятельности властных структур различного уровня. Функции и направления деятельности PR служб государственных и муниципальных органов. Работа PR структур с центральными и местными СМИ. Лоббирование интересов эко-

номических субъектов во властных органах всех уровней. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации. Имидж и субъективный образ. Основные составляющие имиджа. Факторы влияющие на восприятие имиджа. Технологии построения имиджей. Основные компоненты имиджа органа государственной власти.

Подраздел 2.3. Связи с общественностью в политике

Модели связей с общественностью в государственных организациях. государственном управлении. Отличия СО в - структурах государственного и бизнес управления. Субъекты государственного PR – рынка. Структура российского государственного PR - рынка. Проблемы взаимоотношений региональных органов власти и СМИ. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного рынка PR. PR-технологии в привлечении инвестиций. Актуальность привлечения инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга. Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности. Особенности благотворительности в Государственных и негосударственных учреждениях. Попечительство. Источники финансирования в фандрайзинге. Целевые мероприятия по привлечению средств. Гранты. Организации выдающие гранты. Особенности ведения переговоров при привлечении инвестиций.

Подраздел 2.4. Деятельность государственных и муниципальных PR в кризисных ситуациях

Тактика налаживания эффективных двусторонних связей с профессиональными журналистскими организациями и объединениями (работа с журналистскими союзами, специализированными профессиональными ассоциациями, пресс-центрами т.д). Правовые нормы, этика и профессиональные стандарты «public relations», регламентирующие взаимоотношения со СМИ. Базовые документы по PR: Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования; оперативные рабочие информационные документы Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы. Понятие рекламной коммуникации, ее цели и основные составляющие. Эффективность рекламной коммуникации Политическая реклама. Требования предъявляемые к связям с общественностью в организациях. Отдельные аспекты связей с общественностью по формированию доверия к организации, взаимоотношения со СМИ, с обществом, с сотрудниками, с потребителями; финансовые отношения, политические отношения.

4.2. Распределение контактной и самостоятельной работы при подготовке к занятиям по подразделам

4.2.1. Очная форма обучения

Разделы, подразделы дисциплины	Контактная работа			СР
	лек-ции	ЛЗ	ПЗ	
РАЗДЕЛ I. «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ				
<i>Подраздел 1.1. Связи с общественностью в современном обществе</i>	2		2	12
<i>Подраздел 1.2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью</i>	2		4	12
<i>Подраздел 1.3. Базовые документы по PR</i>	2		4	12
<i>Подраздел 1.4. Организационные структуры в связях с общественностью</i>	2		2	12

РАЗДЕЛ II. PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ				
<i>Подраздел 2.1. Цели, функции, структура и методы служб по связям с общественностью в органах власти</i>	2		4	12
<i>Подраздел 2.2. Имидж органа государственной власти</i>	2		4	12
<i>Подраздел 2.3. Связи с общественностью в политике</i>	2		4	12
<i>Подраздел 2.4. Деятельность государственных и муниципальных PR в кризисных ситуациях</i>			4	9
Всего	14		28	93

4.2.2. Очно-заочная форма обучения

Разделы, подразделы дисциплины	Контактная работа			СР
	лек-ции	ЛЗ	ПЗ	
РАЗДЕЛ I. «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ				
<i>Подраздел 1.1. Связи с общественностью в современном обществе</i>	2		2	14
<i>Подраздел 1.2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью</i>	2		2	14
<i>Подраздел 1.3. Базовые документы по PR</i>			2	14
<i>Подраздел 1.4. Организационные структуры в связях с общественностью</i>			2	14
РАЗДЕЛ II. PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ				
<i>Подраздел 2.1. Цели, функции, структура и методы служб по связям с общественностью в органах власти</i>	2		2	14
<i>Подраздел 2.2. Имидж органа государственной власти</i>			2	14
<i>Подраздел 2.3. Связи с общественностью в политике</i>	2		2	14
<i>Подраздел 2.4. Деятельность государственных и муниципальных PR в кризисных ситуациях</i>			2	13
Всего	8		16	111

4.3. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объем, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1	РАЗДЕЛ I. «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	<p>Организация самостоятельной работы по дисциплине осуществляется в соответствии с методическими рекомендациями: Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс] : методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся направления подготовки "Государственное и муниципальное управление" / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. В. С. Артемьева] .— Электрон. текстовые дан. (1 файл: 650 Кб) .— Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет, 2021 .— Заглавие с титульного экрана .— Режим доступа: для авторизованных пользователей .— Текстовый файл .— Adobe Acrobat Reader 4.0 .— <URL:http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m165457.pdf>.</p>		
2	<i>Подраздел 1.1.</i> Связи с общественностью в современном обществе		12	14
3	<i>Подраздел 1.2.</i> Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью		12	14
4	<i>Подраздел 1.3.</i> Базовые документы по PR		12	14
5	<i>Подраздел 1.4.</i> Организационные структуры в связях с общественностью		12	14
6	РАЗДЕЛ II. PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ			
7	<i>Подраздел 2.1.</i> Цели, функции, структура и методы служб по связям с общественностью в органах власти		12	14
8	<i>Подраздел 2.2.</i> Имидж органа государственной власти		12	14
9	<i>Подраздел 2.3.</i> Связи с общественностью в политике		12	14
10	<i>Подраздел 2.4.</i> Деятельность государственных и муниципальных PR в кризисных ситуациях		9	13
Всего			93	111

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля

5.1. Этапы формирования компетенций

Подраздел дисциплины	Компетенция	Индикатор достижения компетенции
РАЗДЕЛ I. «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 1.1. Связи с общественностью в современном обществе</i>	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 1.2. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью</i>	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 1.3. Базовые документы по PR</i>	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 1.4. Организационные структуры в связях с общественностью</i>	ОПК - 7	У1
РАЗДЕЛ II. PR В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 2.1. Цели, функции, структура и методы служб по связям с общественностью в органах власти</i>	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 2.2. Имидж органа государственной власти</i>	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 2.3. Связи с общественностью в политике</i>	ОПК - 7	У1
<i>Подраздел 2.4. Деятельность государственных и муниципальных PR в кризисных ситуациях</i>	ОПК - 7	У1

5.2. Шкалы и критерии оценивания достижения компетенций

5.2.1. Шкалы оценивания достижения компетенций

Вид оценки	Оценки			
Академическая оценка по 4-х балльной шкале	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

Вид оценки	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале	не зачтено	зачтено

5.2.2. Критерии оценивания достижения компетенций

Критерии оценки на зачете

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Обучающийся выполнил все задания, предусмотренные рабочей программой, отчитался об их выполнении, демонстрируя отличное знание освоенного материала и умение самостоятельно решать сложные задачи дисциплины
Зачтено, продвинутый	Обучающийся выполнил все задания, предусмотренные рабочей программой, отчитался об их выполнении, демонстрируя хорошее знание освоенного материала и умение самостоятельно решать стандартные задачи дисциплины
Зачтено, пороговый	Обучающийся выполнил все задания, предусмотренные рабочей программой, отчитался об их выполнении, демонстрируя знание основ освоенного материала и умение решать стандартные задачи дисциплины с помощью преподавателя
Не зачтено, компетенция не освоена	Обучающийся выполнил не все задания, предусмотренные рабочей программой или не отчитался об их выполнении, не подтверждает знание освоенного материала и не умеет решать стандартные задачи дисциплины даже с помощью преподавателя

Критерии оценки тестов

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Отлично, высокий	Содержание правильных ответов в тесте не менее 90%
Хорошо, продвинутый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 75%
Удовлетворительно, пороговый	Содержание правильных ответов в тесте не менее 50%
Неудовлетворительно, компетенция не освоена	Содержание правильных ответов в тесте менее 50%

Критерии оценки устного опроса

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Обучающийся демонстрирует уверенное знание материала, четко выражает свою точку зрения по рассматриваемому вопросу, приводя соответствующие примеры
Зачтено, продвинутый	Обучающийся демонстрирует уверенное знание материала, но допускает отдельные погрешности в ответе
Зачтено, пороговый	Обучающийся демонстрирует существенные пробелы в знаниях материала, допускает ошибки в ответах
Не зачтено, компетенция не освоена	Обучающийся демонстрирует незнание материала, допускает грубые ошибки в ответах

Критерии оценки решения задач

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Обучающийся уверенно знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает ошибок при ее выполнении.
Зачтено, продвинутый	Обучающийся в целом знает методику и алгоритм решения задачи, не допускает грубых ошибок при ее выполнении.
Зачтено, пороговый	Обучающийся в целом знает методику и алгоритм решения задачи, допускает ошибок при ее выполнении, но способен исправить их при помощи преподавателя.
Не зачтено, компетенция не освоена	Обучающийся не знает методику и алгоритм решения задачи, допускает грубые ошибки при ее выполнении, не способен исправить их при помощи преподавателя.

Критерии оценки участия в ролевой игре

Оценка, уровень достижения компетенций	Описание критериев
Зачтено, высокий	Обучающийся в полном объеме выполняет правила игры - демонстрирует основные ролевые характеристики, должностное положение по роли, общепринятую трактовку ролевых прототипов, этические и служебные правила поведения, действуя в рамках определенной профессиональной задачи. Вырабатывает решения и обосновывает их выбор. Демонстрирует понимание общей цели коллектива и взаимодействия ролей.
Зачтено, <i>продвинутый</i>	Обучающийся в целом выполняет правила игры - демонстрирует основные ролевые характеристики, должностное положение по роли, общепринятую трактовку ролевых прототипов, этические и служебные правила поведения, действуя в рамках определенной профессиональной задачи. Участвует в выработке

	решений и их обоснованном выборе. Демонстрирует понимание общей цели коллектива и взаимодействия ролей.
Зачтено, пороговый	Обучающийся в целом выполняет правила игры, действуя в рамках определенной профессиональной задачи. Участвует в многоальтернативной выработке решений. В целом понимает наличие общей цели коллектива и необходимость взаимодействия ролей.
Не зачтено, компетенция не освоена	Обучающийся не справляется с правилами игры в рамках определенной профессиональной задачи. Не принимает участие в выработке и обосновании решений. Отсутствует понимание общей цели и порядка взаимодействия ролей.

5.3. Материалы для оценки достижения компетенций

5.3.1. Оценочные материалы промежуточной аттестации

5.3.1.1. Вопросы к экзамену

«Не предусмотрены»

5.3.1.2. Задачи к экзамену

«Не предусмотрен»

5.3.1.3. Вопросы к зачету с оценкой

«Не предусмотрен»

5.3.1.4. Вопросы к зачету

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Предмет, объект, цели и задачи курса «Связи с общественностью в органах власти»	ОПК - 7	У1
2	Становление PR как науки, учебной дисциплины и сферы деятельности	ОПК - 7	У1
3	Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике.	ОПК - 7	У1
4	Эволюция и современные концепции PR	ОПК - 7	У1
5	PR: профессиональные Кодексы и стандарты	ОПК - 7	У1
6	Службы PR, консультации и агентства PR. Перспективы развития практики PR.	ОПК - 7	У1
7	Сертификация и лицензирование профессионалов в СО.	ОПК - 7	У1
8	Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью.	ОПК - 7	У1
9	Правовое обеспечение связей с общественностью. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей	ОПК - 7	У1
10	Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.	ОПК - 7	У1
11	Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью	ОПК - 7	У1
12	PR-подразделение и его сотрудники	ОПК - 7	У1
13	Виды рабочих мероприятий. PR. Организация специальных событий	ОПК - 7	У1
14	Основные коммуникации и PR	ОПК - 7	У1
15	Информационные технологии в условиях новой коммуникативной реальности	ОПК - 7	У1
16	Понятия «PR-кампания». Ее структура, принцип организации, основные характеристики. «PR-операция», «PR-деятельность».	ОПК - 7	У1
17	Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах госу-	ОПК - 7	У1

	дарственной власти		
18	Цели и роль PR в государственной системе, в органах власти	ОПК - 7	У1
19	Связи с общественностью в политике, государственном управлении и бизнесе: общее и особенное	ОПК - 7	У1
20	Структура российского государственного PR-рынка, перспективы его развития.	ОПК - 7	У1
21	Основные аспекты взаимодействия государственных и муниципальных PR-служб со СМИ	ОПК - 7	У1
22	Пресс-служба в органах власти. Функции пресс-службы	ОПК - 7	У1
23	Анализ и формирование общественного мнения государственными и муниципальными PR-службам	ОПК - 7	У1
24	Имидж, его составляющие, содержание и роль в процессе коммуникации	ОПК - 7	У1
25	Опыт и особенности развития связей с общественностью в России	ОПК - 7	У1
26	Основные компоненты имиджа органа государственной власти..	ОПК - 7	У1
27	Формирование имиджа властных структур: задачи и проблемы..	ОПК - 7	У1
28	Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Репутация	ОПК - 7	У1
29	Определение бренда. Классификация брендов.	ОПК - 7	У1
30	Организационные основы деятельности государственных служб по связям с общественностью.	ОПК - 7	У1
31	Пресс-служба. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению. Понятие медиапланирования, медиаканала и медианосителя. Медиа-бриф.	ОПК - 7	У1
32	Информационно-аналитическая работа в государственных структурах по связям с общественностью	ОПК - 7	У1
33	Работа с политическими партиями, общественными объединениями и органами власти	ОПК - 7	У1
34	Работа с местными органами госуправления и местной общественностью	ОПК - 7	У1
35	Специфика PR в предвыборной кампании. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях. Правовое обеспечение выборов	ОПК - 7	У1
36	Черный PR	ОПК - 7	У1
37	Лоббирование	ОПК - 7	У1
38	Реклама и связи с общественностью: проблемы взаимодействия..	ОПК - 7	У1
39	Понятие политической рекламы, рекламной коммуникации, ее цели, место в системе политической коммуникации и основные составляющие	ОПК - 7	У1
40	Политическая реклама как форма непосредственной коммуникации с избирателями. Ее основные виды и особенности.	ОПК - 7	У1
41	СМИ Манипулирование и политическая реклама	ОПК - 7	У1
42	Общие правила отношений со СМИ. Работа с прессой. Работа с радио и телевидением. Интернет в PR	ОПК - 7	У1
43	Общественность и общественное мнение	ОПК - 7	У1
44	Благотворительность – как возможный вид PR-деятельности	ОПК - 7	У1
45	Деятельность и особенности государственных и муниципальных PR-служб в условиях конфликтов и кризисов	ОПК - 7	У1

5.3.1.5. Перечень тем курсовых проектов (работ)
«Не предусмотрен»

5.3.1.6. Вопросы к защите курсового проекта (работы)
«Не предусмотрен»

5.3.2. Оценочные материалы текущего контроля

5.3.2.1. Вопросы тестов

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1.	Какая из функций связей с общественностью направлена на выработку информационной политики? 1. Организационно-технологическая 2. Аналитико-прогностическая 3. Консультативно-методическая	ОПК - 7	У1
2.	Важный элемент принципиальной модели ПР, благодаря которому становятся доступными сведения о реакции целевой аудитории? 1. Обратная связь 2. ПР-обращение 3. Каналы передачи информации	ОПК - 7	У1
3.	В чем заключаются сложности и неудачи при проведении переговоров, заключении контрактов в современных условиях развития российского бизнеса? 1. В недостатке информированности, правдивости, гибкости и открытости всех участников рыночного оборота 2. В некомпетентности, непунктуальности участников переговоров 3. В чрезмерной мнимости о несостоятельности своих партнеров	ОПК - 7	У1
4.	При каком условии может быть успешным формирование общественного мнения? 1. При условии определения аудитории потребителей 2. При создании доброжелательной атмосферы рыночного взаимодействия 3. При условии правильной подачи информации	ОПК - 7	У1
5.	Задачей коммуникативного аудита является... 1. Осмысление согласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами населения 2. Выяснить установки и мнения людей 3. Методы, не требующие вмешательства в работу объектов исследования	ОПК - 7	У1
6.	Цель службы ПР – добиться чтобы... 1. Каждый специалист ощущал себя частью команды 2. Подчиненные понимали руководителя 3. Общественность воспринимала организацию как самостоятельную	ОПК - 7	У1
7.	Первое, что необходимо сделать компании в процессе организации системы маркетинговых коммуникаций? 1. Проанализировать бюджет 2. Составить обращение и выбрать средство его распространения 3. Выявить целевую аудиторию	ОПК - 7	У1
8.	Наиболее действенные аргументы в обращении приводятся: 1. В начале текста	ОПК - 7	У1

	2. В середине текста 3. В конце текста		
9.	Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится: 1. Увеличение премиального фонда для персонала 2. Подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ 3. Регулярное исследование отношения занятых к менеджменту	ОПК - 7	У1
10.	Способ урегулирования конфликтных ситуаций и разрешения противоречий на основе поиска компромиссов и снятия взаимных обвинений участвующих сторон, есть: 1. Диалог 2. Переговоры 3. Конференция	ОПК - 7	У1
11.	PR понимается как одна из функций ... по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью:	ОПК - 7	У1
12.	Конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков – это...	ОПК - 7	У1
13.	При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?	ОПК - 7	У1
14.	План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет являются составной частью	ОПК - 7	У1
15.	Укажите правильную последовательность этапов PR кампании:	ОПК - 7	У1
16.	Укажите правильную последовательность этапов исследования: Выбор единственно правильного ответа	ОПК - 7	У1
17.	Перечислите этапы плана рекламной кампании для политического лидера.	ОПК - 7	У1
18.	Назовите главный аспект медиапланирования	ОПК - 7	У1
19.	Укажите объем пресс-релиза:	ОПК - 7	У1
20.	Охарактеризуйте зависимость между средствами коммуникаций, масштабом деятельности, бюджетом и целями коммуникации	ОПК - 7	У1
21.	Перечислите этапы подготовки пресс-конференции	ОПК - 7	У1
22.	Кто впервые официально употребил выражение «паблик рилейшнз»?	ОПК - 7	У1
23.	Какую фразу заменило выражение «паблик рилейшнз» в 1807 году, когда впервые было официально употреблено?	ОПК - 7	У1
24.	Какую информацию содержали бюллетени в период правления Юлия Цезаря?	ОПК - 7	У1
25.	Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»	ОПК - 7	У1
26.	Что является важным фактором эффективной деловой коммуникации?:	ОПК - 7	У1
27.	Деятельность какого оратора является вершиной развития ораторского искусства в Древнем Риме?	ОПК - 7	У1
28.	Какая структура представляла собой уникальный опыт связей с общественностью в Средневековой Руси?	ОПК - 7	У1
29.	Существует столько основных элементов военной силы:	ОПК - 7	У1
30.	В каком году был принят кодекс профессионального пове-	ОПК - 7	У1

	дения служб связей с общественностью?		
31.	В каком году было создано первое крупное бюро PR в Америке?	ОПК - 7	У1
32.	Когда наука PR официально вошла в обязательные программы университетов?	ОПК - 7	У1
33.	Чем был отмечен период с 1988 по 1991 г в области формирования PR услуг в России?	ОПК - 7	У1
34.	Основа деятельности ПР сводится к так называемой...	ОПК - 7	У1
35.	PR понимается как одна из функций ... по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью.	ОПК - 7	У1
36.	Какой функции у PR нет?	ОПК - 7	У1
37.	Какая из функций ПР предполагает консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, разных программ и компаний PR?	ОПК - 7	У1
38.	Необходимый элемент PR-обращения?	ОПК - 7	У1
39.	В каком году была создана Международная ассоциация служб связей с общественностью?	ОПК - 7	У1
40.	В каком году было создано Управление по связям с общественностью при Президенте РФ?	ОПК - 7	У1
41.	Какой из принципов был провозглашен С. Блэком?	ОПК - 7	У1
42.	Какие из приведенных формулировок являются принципами, провозглашенными С. Адамсом, согласно которым должны строиться связи с общественностью?	ОПК - 7	У1

5.3.2.2. Вопросы для устного опроса

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Общественное мнение – это	ОПК - 7	У1
2	Суждения приобретают статус общественного мнения, если...	ОПК - 7	У1
3	При каком условии может быть успешным формирование общественного мнения?	ОПК - 7	У1
4	Происхождение термина «общественное мнение» связано...	ОПК - 7	У1
5	Кто в начале XX века впервые полно исследовал социальную значимость общественного мнения?	ОПК - 7	У1
6	Деятельность специалистов ПР представляет собой комплекс координированных действий по формированию общественного мнения, направленных на то, чтобы	ОПК - 7	У1
7	Функция общественного мнения, характеризующаяся тем, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни?	ОПК - 7	У1
8	Мнение может быть:	ОПК - 7	У1
9	Задачей коммуникативного аудита является...	ОПК - 7	У1
10	Выборка, анкета, интервью, анализ результатов является элементами...	ОПК - 7	У1
11	Квотные выборки являются разновидностью...	ОПК - 7	У1
12	Предварительно выяснить проблему для ее дальнейшего	ОПК - 7	У1

	изучения -главная функция...		
13	Заключительным этапом исследования общественного мнения является...	ОПК - 7	У1
14	Сформированное отношение человека к чему-либо – это...	ОПК - 7	У1
15	Систематическое распространение сообщений через СМИ с целью информирования и оказания воздействия на оценки, мнения и поведение людей – это...	ОПК - 7	У1
16	Общественность – это...	ОПК - 7	У1
17	Коммуникация - это обмен информацией между:	ОПК - 7	У1
18	Средства ПР помогают подтолкнуть аудиторию к совершению действий по схеме:	ОПК - 7	У1
19	Основной элемент маркетинговых коммуникаций?	ОПК - 7	У1
20	Цель службы ПР – добиться чтобы...	ОПК - 7	У1
21	Успех маркетинговых проектов зависит от...	ОПК - 7	У1
22	Использование в рамках единой коммуникативной стратегии всей системы коммуникативных методик сразу, глубокое понимание клиента, его потребностей и осознание социальной ответственности перед ним – это...	ОПК - 7	У1
23	При каких обстоятельствах более эффективной будет ПР - реклама?	ОПК - 7	У1
24	Первое, что необходимо сделать компании в процессе организации системы маркетинговых коммуникаций?	ОПК - 7	У1
25	Наиболее действенные аргументы в обращении приводятся:	ОПК - 7	У1
26	Знание особенностей «теории общения» применительно к ПР позволяет:	ОПК - 7	У1
27	Одна из наиболее часто встречающихся причин неблагоприятной, напряженной обстановки в коллективе?	ОПК - 7	У1
28	Что является следствием нездоровой моральной обстановки в коллективе?	ОПК - 7	У1
29	От чего зависит реакция людей на действия организации во время чрезвычайной ситуации??	ОПК - 7	У1
30	Какие первостепенные задачи, которые призвана решить организация в сложной ситуации с помощью специалистов ПР?	ОПК - 7	У1

5.3.2.3. Задачи для проверки умений и навыков

№	Содержание	Компетенция	ИДК
1	Проанализируйте современный образ PR-специалистов и журналистов на материале кино, литературы, публикаций в СМИ. В чём особенности этого образа? С чем, на Ваш взгляд, связаны эти особенности	ОПК - 7	У1
2	Снимите на видеокамеру один из фрагментов совещания, презентации, пресс –конференции (или изучите материалы, представленные в СМИ). Дайте оценку культурному уровню вербальных и невербальных коммуникаций, ораторскому	ОПК - 7	У1

	искусству и в целом речевому поведению (фирменному жаргону), внешнему виду участников. Подумайте, что необходимо улучшить в целях достижения позитивного корпоративного стиля.		
3	В кратком наставлении по соисканию, посланным Цицероном своему брату Марку, говорится: «...следует сказать о молве, о которой надо весьма заботиться... имеет значение для прославления твоего имени: слава красноречия, расположение откупщиков и сословия всадников, благожелательное отношение знати, привлекательность для молодежи, настойчивость тех, кого ты защищал... чтобы говорили и думали, что ты хорошо знаешь людей, приветливо обращаешься к ним... благожелателен и щедр; твой дом, с ночи до утра заполненный посетителями, привлекательность для разнообразных людей, когда твоими речами удовлетворены все, а делом и помощью – многие; пусть то, что можно выполнить, делается трудолюбиво, искусно и тщательно, не для того, чтобы молва распространялась от этих людей к народу, но для того, чтобы сам народ жил среди этих стремлений...» (Письма Марка Туллия Цицерона). Прокомментируйте высказывание с точки зрения стратегии формирования имиджа персоны. Приведите конкретные примеры технологий продвижения персонального имиджа публичной персоны.	ОПК - 7	У1
4	Проведите анализ нескольких журналистских сообщений, рекламных текстов и PRакций или публикаций. Как интерпретируется предмет коммуникации в этих сообщениях? От чего зависят различия в интерпретации? Какие средства для этого используются? На какую аудиторию рассчитаны эти сообщения?	ОПК - 7	У1
5	Известно, что пресса, радио, телевидение – это инструменты для осуществления программы паблик рилейшнз. Какие из этих инструментов вы бы использовали в собственной практике профессиональной деятельности: обзорные или аналитические статьи, PR-обращения на радио, ТВ, рекламные буклеты, пресс-релизы или другие элементы СМИ?	ОПК - 7	У1
6.	Приведите примеры PR-проектов, событийных поводов, которые предлагают PRслужбы для восприятия общественностью основных имиджевых характеристик губернатора региона или мэра города	ОПК - 7	У1
7.	На конкретном примере осуществления механизма связи с прессой и другими средствами массовой информации определите основные этапы прохождения информации о сообщении какого-либо важного события.	ОПК - 7	У1
8.	Сотрудники МЧС ликвидировали пожар повышенной сложности, при этом возникали нештатные ситуации. Когда журналисты, приехав на место происшествия, начали брать интервью у свидетелей пожара, двое из них стали говорить, что пожарные прибыли с опозданием и отсутствовало необходимое количество единиц пожарной техники. Какие действия, на Ваш взгляд, должна предпринять служба по связям с общественностью МЧС, чтобы СМИ правильно	ОПК - 7	У1

	представили информацию с места события?		
9	Предложив систему критериев, оцените результативность использования интернетресурса российскими политическими партиями для формирования своего имиджа. Адреса официальных сайтов российских политических партий: www.democrats.ru ; www.edinros.ru ; www.patriotparty.ru ; www.kprf.ru ; www.sps.ru ; www.ldpr.ru ; www.yabloko.ru ; www.patriotrus.ru ; www.greenparty.ru ; www.agroparty.ru ; www.partianv.ru ; www.spravedlivo.ru . Разработайте собственный сценарий политической ПР-акции.	ОПК - 7	У1

5.3.2.4. Перечень тем рефератов, контрольных, расчетно-графических работ «Не предусмотрен»

5.3.2.5. Вопросы для контрольной (расчетно-графической) работы «Не предусмотрен»

5.4. Система оценивания достижения компетенций

5.4.1. Оценка достижения компетенций в ходе промежуточной аттестации

ОПК – 7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации				
Индикаторы достижения компетенции ОПК – 7		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы к экзамену	задачи к экзамену	вопросы к зачету
У1	Умеет организовывать взаимодействие и применять технологии взаимодействия с другими органами публичной власти, общественными институтами и гражданами	-	-	1-45

5.4.2. Оценка достижения компетенций в ходе текущего контроля

ОПК – 7 Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации				
Индикаторы достижения компетенции ОПК – 7		Номера вопросов и задач		
Код	Содержание	вопросы тестов	вопросы устного опроса	задачи для проверки умений и навыков
У1	Умеет организовывать взаимодействие и применять технологии взаимодействия с	1-42	1-30	1-9

	другими органами публичной власти, общественными институтами и гражданами			
--	---	--	--	--

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
2.1. Учебные издания	Варакута С. А. Связи с общественностью [электронный ресурс]: Учебное пособие / С. А. Варакута - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019 - 207 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=367327	-
	Марков А. А. Связи с общественностью в органах власти [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. А. Марков - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024 - 190 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=446849	-
	Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом [электронный ресурс]: Учебное пособие / В. М. Маслова, П. Э. Шлендер - Москва: Вузовский учебник, 2005 - 176 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=64510	-
	Москалев С. М. Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Москалев С. М., Виноградова Т. Г., Семилетова Я. И. - Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2021 - 163 с. [ЭИ] [ЭБС Лань] URL: https://e.lanbook.com/book/191396	-
	Связи с общественностью в органах власти [Электронный ресурс]: курс лекций для студентов направления подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата) / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост.: В. С. Артемьева, А. И. Рыбалкин] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2020 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/books/b153909.pdf	1
	Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [электронный ресурс]: Учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023 - 343 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум] URL: https://znanium.com/catalog/document?id=420062	-
2.2. Методиче-	Связи с общественностью в органах власти [Электронный	1

Тип рекоменда-ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
ские издания	ресурс]: методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся направления подготовки "Государственное и муниципальное управление" / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. В. С. Артемьева] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2021 [ПТ] URL: http://catalog.vsau.ru/elib/metod/m165457.pdf	
2.3. Периодические издания	Государственная власть и местное самоуправление: практическое и информационное издание / учредитель : Издательская группа "Юрист" - Москва: Юрист, 2012-	1
	Муниципальная служба : правовые вопросы: научно-практический журнал / учредитель : издательская группа "Юрист" - Москва: Юрист, 2012	1
	Собрание законодательства Российской Федерации: Ежедневное издание - Москва: Известия, 1994-	1

6.2. Ресурсы сети Интернет

№	Название	Размещение
1	Лань	https://e.lanbook.com
2	ZNANIUM.COM	http://znanium.com/
3	ЮРАЙТ	http://www.biblio-online.ru/
4	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
5	E-library	https://elibrary.ru/
6	Электронная библиотека ВГАУ	http://library.vsau.ru/

6.2.2. Профессиональные базы данных и информационные системы

№	Название	Размещение
1	Портал открытых данных РФ	https://data.gov.ru/
2	Справочная правовая система Гарант	http://www.consultant.ru/
3	Справочная правовая система Консультант Плюс	http://ivo.garant.ru

6.2.3. Сайты и информационные порталы

№	Название	Размещение
1	Каталог текстов по социальным вопросам	URL: http://anthropology.ru/ru/texts
2	Каталог статей по социальным проблемам	URL: http://cyberleninka.ru/article

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес(местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p><i>Учебные аудитории 164, 273, 366</i> Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows / Linux (ALT Linux)/ Ред ОС, Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic</p>	<p>Российская Федерация, Воронежская область, городской округ город Воронеж, город Воронеж, улица Мичурина, дом 1</p>
<p><i>Учебные аудитории 209</i> Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows / Linux (ALT Linux)/ Ред ОС, Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, «Гарант», «Консультант Плюс», ИНЭК Аналитик, Statistica, AST Test</p>	<p>Российская Федерация, Воронежская область, городской округ город Воронеж, город Воронеж, улица Мичурина, дом 1</p>
<p><i>Учебные аудитории 2,3,5,6</i> Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия</p>	<p>Российская Федерация, Воронежская область, городской округ город Воронеж, город Воронеж, улица Мичурина, дом 1, а.: 113, 115, 116, 119, 120, 122, 122а, 126, 219</p>
<p><i>Помещения для самостоятельной работы</i> Комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, используемое программное обеспечение MS Windows / Linux (ALT Linux)/ Ред ОС, Office MS Windows / OpenOffice / LibreOffice, Adobe Reader / DjVu Reader, Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, «Гарант», «Консультант Плюс»</p>	<p>Российская Федерация, Воронежская область, городской округ город Воронеж, город Воронеж, улица Мичурина, дом 1, а.: 113, 115, 116, 119, 120, 122, 122а, 126, 219 (с 16.00 до 20.00)</p>





7.2. Программное обеспечение

7.2.1. Программное обеспечение общего назначения

№	Название	Размещение
1	Операционные системы MS Windows / Linux	ПК в локальной сети ВГАУ
2	Пакеты офисных приложений Office MS Windows / OpenOffice	ПК в локальной сети ВГАУ
3	Программы для просмотра файлов Adobe Reader / DjVu Reader	ПК в локальной сети ВГАУ

4	Браузеры Яндекс Браузер / Mozilla Firefox / Internet Explorer	ПК в локальной сети ВГАУ
5	Антивирусная программа DrWeb ES	ПК в локальной сети ВГАУ
6	Программа-архиватор 7-Zip	ПК в локальной сети ВГАУ
7	Мультимедиа проигрыватель MediaPlayer Classic	ПК в локальной сети ВГАУ
8	Платформа онлайн-обучения eLearning server	ПК в локальной сети ВГАУ
9	Система компьютерного тестирования AST Test	ПК в локальной сети ВГАУ

8. Междисциплинарные связи

Дисциплина, с которой необходимо согласование	Кафедра, на которой преподается дисциплина	ФИО заведующего кафедрой
Основы государственного и муниципального управления	Кафедра истории, философии и социально-политических дисциплин	
Государственная и муниципальная служба	Кафедра истории, философии и социально-политических дисциплин	
Профессиональная этика и коммуникации	Кафедра управления и маркетинга в АПК	
Основы управления персоналом	Кафедра управления и маркетинга в АПК	

Приложение 1

Лист периодических проверок рабочей программы и информация о внесенных изменениях

Должностное лицо, проводившее проверку: Ф.И.О., должность	Дата	Потребность в корректировке указанием соответствующих разделов рабочей программы	Информация о внесенных изменениях
Зав.каф. истории, философии и социально-политических наук Иконников С.А.	Протокол № 9 от 13.05.2025 г.	Рабочая программа актуализирована на 2025-2026 учебный год	обновлен п.6.1