

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра общественных связей и медиаполитики

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры общественных связей
и медиаполитики
Протокол от «27» июня 2017 г. № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

СТК

(краткое наименование дисциплины)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование направления подготовки)

Общественные связи и медиаполитика

(направленность (профиль))

магистр

(квалификация)

Очная, очно-заочная, заочная

(форма обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2017 г.

Автор—составитель:

Доктор социологических наук, доцент Назарова Е.А.

Заведующий кафедрой:

И.О. заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики, доктор социологических наук, профессор Шарков Ф.И.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	21
6.1. Основная литература	21
6.2. Дополнительная литература	21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	21
6.4. Нормативные правовые документы	22
6.5. Интернет-ресурсы	22
6.6. Иные источники	23
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	23

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	владением организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях	ПК-2.1	Способность овладения организационными способностями в профессиональной деятельности в системе государственной службы РФ
ПК-11	способностью осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	ПК-11.1	Способность осуществлять верификацию информации, получаемой из разных источников
ПК-12	способностью использовать информационные технологии для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.1	Способность применять современные теории коммуникации и информационные технологии для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
- разрабатывать системы внутренней и внешней коммуникации организации; - выстраивать системы общественных связей органов государственного	ПК-2.1	на уровне знаний: владеет навыками анализа организационных связей, субординации и координации в системе госслужбы РФ
		на уровне умений: умеет определять факторы и условия, влияющие на принятие управленческого решения в системе общественных связей
		на уровне навыков: знает современные теории коммуникации, основы самоменеджмента, организации учебного процесса и интегрированного и инклюзивного образования в вузе

и муниципального управления реализовывать механизмы общественных связей и медиаполитики и вырабатывать соответствующие управленческие решения;	ПК-11.1	на уровне знаний: знает основы теории коммуникации
		на уровне умений: осуществляет поиск необходимой информации
		на уровне навыков осуществляет проверку на достоверность полученной информации
	ПК-12.1	на уровне знаний: знает современные теории коммуникации
		на уровне умений: самостоятельно определяет особенности и требования к современным информационным технологиям в управлении
		на уровне навыков: самостоятельно осуществляет верификацию, структуризацию и оценку информации, необходимой для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 36 часов: лекции – 10 часов, практические занятия – 22 часов, самостоятельная работа составляет 40 часа.

По очно-заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 18 часов: лекции – 4 часов, практические занятия – 10 часов, самостоятельная работа составляет 58 часа.

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 12 часов: лекции – 4 часов, практические занятия – 8 часов, самостоятельная работа составляет 87 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации предусмотрена на 1 семестре для очной и очно-заочной, на 1-2 семестрах для заочной форм обучения.

Дисциплина Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации входит в вариативную часть.

В содержательном плане дисциплина является основой для следующих дисциплин Б1.В.ОД.4 Теория и практика связей с общественностью (1 семестр очная форма, 2 семестр очно-заочная, 1-2 семестры заочная форма обучения), Б1.В.ДВ.7.1 Коммуникационный консалтинг и Б1.В.ДВ.7.1 Управленческое консультирование (3 семестр для очной, 4 семестр для очно-заочной и заочной форм обучения).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости *, промежуточной аттестации**	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		

1	Теория коммуникации как отрасль научного знания. Законы, категории и методы теории коммуникации	8	2		2		4	О
2	История возникновения и основные этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации.	8	2		2		4	О
3	Коммуникация как система и процесс	8			4		4	О
4	Уровни коммуникации. Коммуникативная личность	8	2		2		4	О
5	Межличностная и внутригрупповая коммуникация	8	2		2		4	О
6	Массовая коммуникация	6			2		4	О
7	Коммуникации в бизнес- и государственных структурах	6			2		4	О
8	Реклама как разновидность массовой коммуникации	12			4		8	О
9	Массовая коммуникация в сфере общественных связей и отношений	8	2		2		4	О
Промежуточная аттестация		36						Экзамен
Всего:		108	10		22		40	

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Теория коммуникации как отрасль научного знания. Законы, категории и методы теории коммуникации	8			2		6	О
2	История возникновения и	8			2		6	О

	основные этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации.							
3	Коммуникация как система и процесс	8	2				6	О
4	Уровни коммуникации. Коммуникативная личность	8	2				6	О
5	Межличностная и внутригрупповая коммуникация	8			2		6	О
6	Массовая коммуникация	8			2		6	О
7	Коммуникации в бизнес- и государственных структурах	6					6	О
8	Реклама как разновидность массовой коммуникации	8					8	О
9	Массовая коммуникация в сфере общественных связей и отношений	10			2		8	О
Промежуточная аттестация								Экзамен
Всего:		108	4		10		58	

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Теория коммуникации как отрасль научного знания. Законы, категории и методы теории коммуникации	12			2		10	О
2	История возникновения и основные этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации.	12			2		10	О
3	Коммуникация как система и процесс	12	2				10	О
4	Уровни коммуникации.	12	2				10	О

	Коммуникативная личность							
5	Межличностная и внутригрупповая коммуникация	10					10	О
6	Массовая коммуникация	10					10	О
7	Коммуникации в бизнес- и государственных структурах	12			2		10	О
8	Реклама как разновидность массовой коммуникации	10					10	О
9	Массовая коммуникация в сфере общественных связей и отношений	9			2		7	О
Промежуточная аттестация		4						Экзамен
Всего:		108	4		8		87	

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р)

** - формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).

Содержание дисциплины

Тема 1. Теория коммуникации как отрасль научного знания.

Законы, категории и методы теории коммуникации. Становление теории коммуникации как специальной отрасли научного знания. Понятие «коммуникация» и необходимость его изучения в современных условиях. Онтологический аспект теории коммуникации и основные факторы его определяющие. Гносеологический аспект теории коммуникации и обоснование единиц коммуникации. Методологический аспект теории коммуникации. Проявление специфики законов коммуникации: объективный и всеобщий характер законов. Общая характеристика законов – условий. Естественные и искусственные коммуникативные системы и их характеристика. Проблема соотношения и взаимодействия общенаучных принципов, частнонаучных и специализированных методов исследования коммуникационных процессов.

Тема 2. История возникновения и основные этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации.

Основные исторические этапы развития теории коммуникации. Античная философия и истоки развития теории коммуникации. Средневековая христианская культура и коммуникативная проблематика. Влияние раннего христианства на решение проблемы личности и человеческих взаимодействий. Гуманистическая философия эпохи Возрождения и Нового времени как очередной этап развития теории коммуникации. Гуманистическое мирозерцание как основа человеческого общения. Эпоха Просвещения и ее значение в развитии теории коммуникации. Новый взгляд на природу коммуникации. Развитие специализированных наук, анализирующих психологические механизмы, управляющими взаимоотношениями человека. Этап немецкой классической философии и становление категориального аппарата теории коммуникаций. Появление новой науки герменевтики как науки об интерпретации текста. Вторая половина XIX века как этап развития новой отрасли

научного знания - семиотики. Знаковая природа коммуникации и её изучение в рамках семиотики.

XX век и становление современной теории социальной коммуникации. Основные общетеоретические концепции XX века и их влияние на развитие теории социальной коммуникации.

Тема 3. Уровни коммуникации.

Коммуникативная личность Общая характеристика уровней коммуникации. Понятие неоднородности коммуникации и возникновение различных типов коммуникативных систем. Процесс коммуникации и различные знаковые способы ее осуществления.

Общая характеристика уровней коммуникации: семиотического, языкового, метаязыкового, паралингвистического и синтетического.

Вербальная коммуникация как речевой канал общения. Язык как социальное явление и одна из основных знаковых систем вербальной коммуникации.

Метаязыковой уровень коммуникации и его коммуникативные единицы. Понятие метаязыка.

Невербальный (неречевой) канал коммуникации: сущность и предназначение.

Природа синтетического уровня коммуникации. Виды коммуникативных систем существующих на синтетическом уровне. Тема 4. Деятельность СМК как реализация интересов разных социальных субъектов

Социальные интересы. Субъекты социальных интересов. Способы разрешения конфликтов. Государство, политические силы, общественное мнение, рекламодатели, бизнес, аудитория, личность как социальные институты, реализующие свои интересы с помощью СМК. Узлы напряжения и формы регуляции отношений. Роль законодательства, профессиональных кодексов этики, неформализованных способов (норм, традиций, морали, общественного мнения) в регуляции этих отношений.

Тема 5. Межличностная и внутригрупповая коммуникация

Понятие межличностной коммуникации. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Структура процесса общения и характеристика трех его основных компонентов: коммуникативный; перцептивный и интерактивный.

Основные механизмы межличностного восприятия. Механизмы искажения межличностного восприятия.

Основные уровни межличностного взаимодействия: социально-ролевой, деловой, интимно-личностный. Основные классификации конфликтов. Методы преодоления конфликтов.

Процесс коммуникации, осуществляемой в малой группе. Отличительные черты и понятие малой группы. Динамические процессы коммуникационных взаимодействий в малых группах. Феномен группового давления и его значение для характеристики динамики функционирования и развития малой группы

Проблема эффективности групповой деятельности и коммуникация.

Тема 6. Массовая коммуникация

Массовая коммуникация как макроуровень коммуникационных процессов. Понятие «массовой коммуникации» и её социальная роль в современном мире. Сущностные характеристики массовой коммуникации. Структура массовой коммуникации и её основные компоненты: коммуникатор, информационное сообщение, средства передачи информации, массовые аудитории, реакция аудитория, обратная связь. Важнейшие социальные функции массовой коммуникации: информационная, регулирующая и культурологическая функции.

Понятия СМИ (средств массовой информации) и СМК (средств массовой

коммуникации): их тождество и различия. Социальная роль СМИ (средств массовой информации) в массовой коммуникации и в современном мире.

Тема 7. Коммуникации в бизнес- и государственных структурах

Коммуникации в бизнес- и государственных структурах Коммуникативные процессы в госпромышленности и бизнесе: предназначение и особенности. Коммуникация как функция управления данными структурами. Виды коммуникаций в организации. Направленность коммуникаций в организациях вертикального и горизонтального характера.

Особенности внутренних коммуникаций в организации. Структура внутренних коммуникаций и основные параметры их характеризующие: степень формализованности, сложность и степень централизации. Роль коммуникационного менеджмента в организации управленческих процессов в организации. Формы деловой коммуникации: деловой разговор или беседа; деловое совещание; пресс-конференция; деловые переговоры и некоторые другие. Их характеристика и возможности применения в коммуникативных процессах.

Специфика внешней коммуникации. Основные характерные черты внешней среды: сложность, подвижность, неопределенность. Сущностные компоненты внешней среды организации: среда прямого воздействия; конкурирующая среда; общественная среда; макросреда или международное окружение и возможности установления контакта с ними.

Тема 8. Реклама как разновидность массовой коммуникации

Реклама как социальное и коммуникативное явление. Определение понятия рекламы и её ведущие характеристики. Структура рекламы и ее основные компоненты: когнитивный, аффективный, регулятивный. Важнейшие функции рекламы в современном обществе и главные задачи социальной и коммуникативной функции рекламы. Многообразие форм и видов современной рекламы. Реклама коммерческая, социальная и политическая как формы проявления массовой коммуникации в различных сферах жизнедеятельности общества.

Психологический механизм воздействия рекламы и коммуникационные процессы. Нейролингвистическое программирование как инструмент воздействия современной рекламы на массы. Процесс формирования массового сознания в обществе и реклама. Характеристика негативных последствий влияния рекламы на общественное сознание.

Тема 9. Массовая коммуникация в сфере общественных связей и отношений.

Система массовых коммуникационных процессов современного общества. PR как феномен управления информационными процессами современного общества. Связи с общественностью как один из специализированных видов социальной коммуникации. PR-деятельность и ее концептуальная основа. Определение понятия «паблик рилейшенз». Основные функции PR-деятельности. Имиджмейкерская деятельность как специфическая область общественных связей и отношений: её предназначение и возможности. Основные структурные блоки оптимальной технологии формирования имиджа в профессиональной политике.

PR-технологии и манипуляции массовым сознанием. Феномен «цветного» PR. Понятия «белой» и «черной» PR-деятельности, «красной», «желтой» и других оттенков. Причины и истоки появления феномена «цветного» PR. Методы противодействия «черному» и другим оттенкам PR.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Теория коммуникации как отрасль научного знания. Законы, категории и методы теории коммуникации	опрос
Тема 2.	История возникновения и основные этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации.	опрос
Тема 3.	Коммуникация как система и процесс	опрос
Тема 4.	Уровни коммуникации. Коммуникативная личность	опрос
Тема 5.	Межличностная и внутригрупповая коммуникация	опрос
Тема 6.	Массовая коммуникация	опрос
Тема 7.	Коммуникации в бизнес- и государственных структурах	опрос
Тема 8.	Реклама как разновидность массовой коммуникации	Опрос, реферат
Тема 9.	Массовая коммуникация в сфере общественных связей и отношений	опрос

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защита реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):

1. Становление теории коммуникации как специальной отрасли научного знания.
2. Понятие «коммуникация» и необходимость его изучения в современных условиях.
3. Онтологический аспект теории коммуникации и основные факторы его определяющие.
4. Гносеологический аспект теории коммуникации и обоснование единиц коммуникации.
5. Методологический аспект теории коммуникации.
6. Проявление специфики законов коммуникации: объективный и всеобщий характер законов. Общая характеристика законов – условий.

7. Естественные и искусственные коммуникативные системы и их характеристика.
8. Проблема соотношения и взаимодействия общенаучных принципов, частнонаучных и специализированных методов исследования коммуникационных процессов.
9. Основные исторические этапы развития теории коммуникации.
10. Античная философия и истоки развития теории коммуникации.
11. Средневековая христианская культура и коммуникативная проблематика.
12. Влияние раннего христианства на решение проблемы личности и человеческих взаимодействий.
13. Гуманистическая философия эпохи Возрождения и Нового времени как очередной этап развития теории коммуникации.
14. Гуманистическое мировоззрение как основа человеческого общения.
15. Эпоха Просвещения и ее значение в развитии теории коммуникации.
16. Этап немецкой классической философии и становление категориального аппарата теории коммуникаций.
17. Появление новой науки герменевтики как науки об интерпретации текста.
18. Вторая половина XIX века как этап развития новой отрасли научного знания - семиотики.
19. Знаковая природа коммуникации и её изучение в рамках семиотики.
20. XX век и становление современной теории социальной коммуникации.
21. Основные общетеоретические концепции XX века и их влияние на развитие теории социальной коммуникации.
22. Понятие коммуникативного процесса и его определение.
23. Процесс осуществления коммуникации и составные звенья коммуникативной цепи: коммуникатор, сообщение и аудитория.
24. Прохождение информации по элементам коммуникативной цепи: кодирование, передача сигнала, канал (передающее средство), прием и декодирование информации.
25. Кодирование и декодирование как два взаимообусловленных процесса передачи информации.
26. Общая характеристика различных каналов передачи информации и их специфические свойства.
27. Выбор каналов коммуникации.
28. Формализованные и неформализованные каналы коммуникации.
29. Обратная связь как специфическое составное звено коммуникативной цепи.
30. Многогранное понятие обратной связи. Комплексность обратной связи, обеспечиваемой различными инструментами информационного контакта.
31. Четыре типа объективной информации, получаемой с помощью обратной связи. Барьеры и помехи при осуществлении коммуникативного процесса и их общая характеристика.
32. Понятие личности в гуманитарных науках.
33. Личность как социально-психологическая категория. Её существенные признаки и внутренняя структура.
34. Понятие языковой личности. Трехуровневая модель языковой личности Ю.Н. Караулова её вербально-семантическая, когнитивная и прагматическая характеристики.
35. Коммуникативная личность как понятие. Её структура и сущностные параметры.
36. Мотивационная характеристика коммуникативной личности как центральное звено её внутренней структуры.
37. Когнитивный параметр коммуникативной личности и его основные характеристики.
38. Сущностные характеристики, составляющие функциональный параметр

коммуникативной личности.

39. Коммуникативная личность как социальный феномен и критерии её оценки.
40. Основные типы коммуникативной личности: доминантный и реагирующий.
41. Основные механизмы межличностного восприятия.
42. Механизмы искажения межличностного восприятия.
43. Интерактивный компонент структуры общения как процесс разработки стратегии и тактики взаимодействия между общающимися индивидами.
44. Основные типы взаимодействия и коммуникативные стили поведения людей.
45. Модель «окно Джохари» и основные стили межличностной коммуникации.
46. Основные уровни межличностного взаимодействия: социально-ролевой, деловой, интимно-личностный.
47. Конфликт как наиболее яркая форма конкурентного типа взаимодействия.
48. Основные классификации конфликтов.
49. Методы преодоления конфликтов
50. Информационная характеристика процесса воздействия массовой коммуникации.
51. Ключевые требования, которым должен отвечать содержательный аспект информационных материалов.
52. Актуальность и ориентация на социальную и личностную мотивированность аудитории как главные критерии отбора информации.
53. Структурирование текста и его смыслового поля как центральное звено в подготовке информационного материала.
54. Основные принципы структурирования коммуникативной информации.
55. Коммуникативная характеристика процесса воздействия массовой коммуникации.
56. Взаимосвязь коммуникативных факторов с процессами кодирования и декодирования информации в условиях массовой коммуникации.
57. Диалог как коммуникативный фактор.
58. Определенные нормы и правила построения отдельных информационных высказываний.
59. Роль коммуникационного менеджмента в организации управленческих процессов в организации.
60. Основные функции корпоративного коммуникационного менеджмента.
61. Формы деловой коммуникации: деловой разговор или беседа; деловое совещание; пресс-конференция; деловые переговоры и некоторые другие. Их характеристика и возможности применения в коммуникативных процессах.
62. Психологический механизм воздействия рекламы и коммуникационные процессы.
63. Нейролингвистическое программирование как инструмент воздействия современной рекламы на массы.
64. Основные «формулы» психологического воздействия рекламы: AIDA, DIBABA, DAGMAR.
65. Процесс формирования массового сознания в обществе и реклама.
66. PR-технологии и манипуляции массовым сознанием.
67. Феномен «цветного» PR.
68. Понятия «белой» и «черной» PR-деятельности, «красной», «желтой» и других оттенков.
69. Причины и истоки появления феномена «цветного» PR.
70. Методы противодействия «черному» и другим оттенкам PR.
71. Менеджмент и маркетинг как два основных направления PR-деятельности на уровне современных деловых структур.

7. Специфика и возможности корпоративной PR-деятельности

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе

освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	владением организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях	ПК-2.1	Способность овладения организационными способностями в профессиональной деятельности в системе государственной службы РФ
ПК-11	способностью осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	ПК-11.1	Способность осуществлять верификацию информации, получаемой из разных источников
ПК-12	способностью использовать информационные технологии для решения различных исследовательских и административных задач	ПК-12.1	Способность применять современные теории коммуникации и информационные технологии для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.1 Способность овладения организационными способностями в профессиональной деятельности в системе государственной службы РФ	Знание современных теорий коммуникации, основ самоменеджмента, организации учебного процесса и интегрированного и инклюзивного образования в вузе. Владение навыками анализа организационных связей, субординации и координации в системе госслужбы РФ; Умение определять факторы и условия, влияющие на принятие управленческого решения в системе общественных связей .	Знает современные теории коммуникации, основы самоменеджмента, организации учебного процесса и интегрированного и инклюзивного образования в вузе. Владеет навыками анализа организационных связей, субординации и координации в системе госслужбы РФ; Умеет определять факторы и условия, влияющие на принятие управленческого решения в системе общественных связей .
ПК-11.1 Способность осуществлять	Знать основы теории коммуникации Осуществлять поиск	Знает основы теории коммуникации Осуществляет поиск

верификацию информации, получаемой из разных источников	необходимой информации. Осуществлять проверку на достоверность полученной информации.	необходимой информации. Осуществляет проверку на достоверность полученной информации.
ПК-12.1 Способность применять современные теории коммуникации и информационные технологии для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях.	Знать современные теории коммуникации Самостоятельно определять особенности и требования к современным информационным технологиям в управлении Самостоятельно осуществлять верификацию, структуризацию и оценку информации, необходимой для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях.	Знает современные теории коммуникации Самостоятельно определяет особенности и требования к современным информационным технологиям в управлении Самостоятельно осуществляет верификацию, структуризацию и оценку информации, необходимой для разработки и принятия решений на различных управленческих уровнях.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену

1. Коммуникация как феномен современного общества: понятия коммуникации и информации; их соотношение и взаимодействие в современном обществе.
2. Объект и предмет исследования теории коммуникации и её система категориального аппарата.
3. Коммуникация как объект изучения технических и гуманитарных наук.
4. Специфика законов теории коммуникации.
5. Какие законы теории коммуникации существуют и как они проявляются?
6. Общенаучные методы исследования коммуникации.
7. Системный подход к изучению коммуникации.
8. Частнонаучные методы исследования коммуникации.
9. Специализированные методы исследования проблем коммуникации.
10. Основные исторические этапы развития теории коммуникации.
11. Основные общетеоретические концепции XX века и их влияние на развитие теории коммуникации.
12. Общая характеристика уровней коммуникации.
13. Содержание коммуникации: понятие языка коммуникации.
14. Языковой и метаязыковой уровни коммуникации и их коммуникативные единицы.
15. Семиотический уровень коммуникации и его роль в изучении проблем коммуникации.
16. Вербальная коммуникация. Язык и речь как знаковые коммуникативные системы.
17. Невербальный канал коммуникации и его основные знаковые компоненты.
18. Пространственная и временная организация процесса коммуникации.
19. Коммуникативная личность как понятие и её сущностные характеристики.
20. Межличностная коммуникация как один из основных типов коммуникационных взаимодействий.
21. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.

22. Структура процесса общения и характеристика трех его основных компонентов.
23. Основные механизмы межличностного восприятия.
24. Механизмы искажения межличностного восприятия.
25. Внутригрупповая коммуникация и её основная характеристика.
26. Функции групповой коммуникации.
27. Коммуникативные структуры малой группы: их основные виды.
28. Динамика коммуникативных взаимодействий в малых группах.
29. Массовая коммуникация как макроуровень коммуникационных процессов: понятие и сущностные характеристики.
30. Структура массовой коммуникации и характеристика её основных компонентов.
31. Социальные функции массовой коммуникации.
32. Понятия СМИ (средств массовой информации) и СМК (средств массовой коммуникации): их тождество и различия.
33. Специализированные коммуникации: общая характеристика.
34. Межкультурная коммуникация как социальное и коммуникативное явление.

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при

	ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Понятийный аппарат теории коммуникации. Трехуровневая структура понятийно-категориального аппарата теории коммуникации. Коммуникативные понятия и

- уровень теоретического синтезирования. Собственно коммуникативные понятия и уровень специфико-фундаментального обобщения. Уровень понятий и категорий, имеющих с теорией коммуникации пограничные области исследования.
2. Проблема соотношения и взаимодействия общенаучных принципов, частнонаучных и специализированных методов исследования коммуникационных процессов.
 3. Методы опроса, экспертных оценок, лабораторных и полевых экспериментов, скрытое и включенное наблюдение как методы сбора и первичной систематизации фактического материала.
 4. Метод корреляции в исследовании соотношения социальных и коммуникативных переменных. Детерминационный анализ связей между отдельными значениями исследуемых признаков. Дисперсивный анализ влияния независимых качественных переменных на количественный признак. Латентно-структурный метод анализа качественных переменных. Метод импликационных шкал в измерении и оценки полученных данных.
 5. Метод контент-анализа как инструмент интерпретации содержания информации через количественные показатели. Его достоинства и недостатки. Дискурс-анализ как способ исследования коммуникации и возможности его использования.
 6. Основные исторические этапы развития теории коммуникации.
 7. Античная философия и истоки развития теории коммуникации.
 8. Средневековая христианская культура и коммуникативная проблематика.
 9. Влияние раннего христианства на решение проблемы личности и человеческих взаимодействий.
 10. Гуманистическая философия эпохи Возрождения и Нового времени как очередной этап развития теории коммуникации.
 11. Гуманистическое мирозерцание как основа человеческого общения. Эпоха Просвещения и ее значение в развитии теории коммуникации.
 12. Новый взгляд на природу коммуникации. Развитие специализированных наук, анализирующих психологические механизмы, управляющими взаимоотношениями человека.
 13. Этап немецкой классической философии и становление категориального аппарата теории коммуникаций. Появление новой науки герменевтики как науки об интерпретации текста.
 14. Вторая половина XIX века как этап развития новой отрасли научного знания - семиотики. Знаковая природа коммуникации и её изучение в рамках семиотики.
 15. Количественная и качественная характеристика информационного сообщения.
 16. Субъективный компонент информационного сообщения и его влияние на коммуникативный процесс.
 17. Социолингвистический аспект изучения массовой коммуникации. Содержание и средства речевой коммуникации. Лингвистическая, информационно-содержательная и коммуникативная вариативность языка. Стилистическое оформление материалов периодической печати, радио- и телепередач.
 18. Аргументация как коммуникативная процедура.
 19. Субъективные факторы, влияющие на восприятие получаемой информации: а) осмысленность восприятия; б) его дискретность; в) обусловленность прошлым опытом человека; г) опережающий характер восприятия.

20. Обратная связь как специфическое составное звено коммуникативной цепи. Многогранное понятие обратной связи. Комплексность обратной связи, обеспечиваемой различными инструментами информационного контакта.
21. Четыре типа объективной информации, получаемой с помощью обратной связи: количественный и содержательно-психологический портрет аудитории, особенности её запросов и потребностей, степень информационной удовлетворенности и уровень доверия к источнику информации.
22. Процесс коммуникации и различные знаковые способы ее осуществления. Основные критерии выделения уровней коммуникации а) природные различия коммуникативных средств; б) степень обобщенности передаваемой информации (смысловой и оценочной); в) интегрирование информационных признаков; г) синтезирование информационных признаков.
23. Общая характеристика уровней коммуникации: семиотического, языкового, метаязыкового, паралингвистического и синтетического. Процесс коммуникации и различные знаковые способы ее осуществления.
24. Понятие личности в гуманитарных науках. Личность как социально-психологическая категория. Её существенные признаки и внутренняя структура. Понятие языковой личности.
25. Трехуровневая модель языковой личности Ю.Н. Караулова её вербально-семантическая, когнитивная и прагматическая характеристики. Коммуникативная личность как понятие. Её структура и сущностные параметры. Мотивационная характеристика коммуникативной личности как центральное звено её внутренней структуры. Когнитивный параметр коммуникативной личности и его основные характеристики. Сущностные характеристики, составляющие функциональный параметр коммуникативной личности.
26. Коммуникативная личность как социальный феномен и критерии её оценки. Основные типы коммуникативной личности: доминантный и реагирующий.
27. Перцептивный компонент структуры общения как процесс восприятия и взаимопонимания между партнерами по коммуникации. Понятие «перцепции». Основные механизмы межличностного восприятия. Механизмы искажения межличностного восприятия.
28. Интерактивный компонент структуры общения как процесс разработки стратегии и тактики взаимодействия между общающимися индивидами. Основные типы взаимодействия и коммуникативные стили поведения людей. Модель «окно Джохари» и основные стили межличностной коммуникации.
29. Основные уровни межличностного взаимодействия: социально-ролевой, деловой, интимно-личностный. Конфликт как наиболее яркая форма конкурентного типа взаимодействия. Основные классификации конфликтов. Методы преодоления конфликтов.
30. Понятия СМИ (средств массовой информации) и СМК (средств массовой коммуникации): их тождество и различия. Социальная роль СМИ (средств массовой информации) в массовой коммуникации и в современном мире.
31. Информационная характеристика процесса воздействия массовой коммуникации. Ключевые требования, которым должен отвечать содержательный аспект информационных материалов. Актуальность и ориентация на социальную и личностную мотивированность аудитории как главные критерии отбора информации.
32. Структурирование текста и его смыслового поля как центральное звено в подготовке информационного материала. Основные принципы структурирования коммуникативной информации.
33. Коммуникативная характеристика процесса воздействия массовой коммуникации. Взаимосвязь коммуникативных факторов с процессами кодирования и

- декодирования информации в условиях массовой коммуникации. Диалог как коммуникативный фактор. Определенные нормы и правила построения отдельных информационных высказываний.
34. Роль коммуникационного менеджмента в организации управленческих процессов в организации. Основные функции корпоративного коммуникационного менеджмента.
 35. Формы деловой коммуникации: деловой разговор или беседа; деловое совещание; пресс-конференция; деловые переговоры и некоторые другие. Их характеристика и возможности применения в коммуникативных процессах.
 36. Психологический механизм воздействия рекламы и коммуникационные процессы. Нейролингвистическое программирование как инструмент воздействия современной рекламы на массы.
 37. Основные «формулы» психологического воздействия рекламы: AIDA, DIBABA, DAGMAR.
 38. Процесс формирования массового сознания в обществе и реклама.
 39. PR-технологии и манипуляции массовым сознанием. Феномен «цветного» PR. Понятия «белой» и «черной» PR-деятельности, «красной», «желтой» и других оттенков. Причины и истоки появления феномена «цветного» PR. Методы противодействия «черному» и другим оттенкам PR.
 40. Менеджмент и маркетинг как два основных направления PR-деятельности на уровне современных деловых структур. Специфика и возможности корпоративной PR-деятельности

Методические указания по подготовке докладов:

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические указания по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения

форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

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

6.1. Основная литература

1. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие: допущено УМО. - М.: КНОРУС, 2010.
2. Ключанов И.Э. Коммуникативный Универсум - М.: РОССПЭН, 2010.
3. Саблина С.Г. Коммуникация и общественные связи: западные теории, методология, практика: учебное пособие: рекомендовано УМО.- М.: Вариант, 2011.
4. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации.- М.: Дашков и Ко, 2010.

6.2. Дополнительная литература

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник.- М., Издательский Дом «Социальные отношения, изд-во «Перспектива», 2011.
3. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. - М.: Прогресс-Традиция, 2009.
4. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. Учебное пособие. – СПб., 2006.
5. Шарков Ф.И. Теория коммуникаций (базовый курс): Учебник: Допущено М-вом образования РФ/ Шарков, Феликс Изосимович. - 2-е изд. - М.: РИП-Холдинг, 2004.
6. Шарков Ф.И. Социальная коммуникация: истоки и парадигмы: лекция. - М.: Изд-во РАГС, 2005.
7. Основы теории коммуникации: учебник для вузов: допущено М-вом образования РФ/ М. А. Василик [и др.]; под ред. М.А. Василика. - М.: Гардарики, 2005.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В.С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры: сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы,

перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Государственная программа РФ «Развитие внешнеэкономической деятельности»: Утверждена распоряжением Правительства РФ от 18 марта 2013 г. № 338-р. – М., 2013.
2. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. ГОСТ Р 53103-2008». – М.: Стандартинформ, 2009.
3. Конгрессная деятельность. Термины и определения. ГОСТ Р 53524-2009. – М.: Стандартинформ, 2010.
4. Концепция развития законодательства РФ на период до 2012 года. – М.: ТПП РФ, 2010.
5. Парламентские слушания «Правовые основы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынки» (19 февраля 2014 г., Москва). - М.: Совет Федерации РФ, 2014.
6. Материалы анкетирования экспертного сообщества для Парламентских слушаний в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по вопросу «Правовые основы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынки». – М.: ТПП РФ, 2014.
- 7.: Конгресс-бюро Москвы: основная задача – изучение рынка конгрессных услуг столицы // Экспо Ведомости. – 2014. - № 1.
8. Парламентские слушания: проблемы выставочной индустрии будут решаться на государственном уровне // Экспо Ведомости. – 2014. - № 1.
9. Рекомендации парламентских слушаний «Правовые основы выставочно-ярмарочной деятельности как механизма повышения конкурентоспособности и продвижения отечественных товаров и услуг на внутренний и внешний рынки» // Экспо Ведомости. – 2014. - № 2-3.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. Организация Объединенных Наций – <http://www.un.org/russian/>
4. Каталог документов по международному праву – <http://list.ru/catalog/11415.html>
5. Права человека в международном праве – <http://www.hrw.org/mssian/>
6. Официальный сайт Европейского Союза (на всех официальных языках) - www.europa.eu.int
7. Официальный сайт Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе - www.osce.org/ru
8. Официальный сайт Международного Комитета Красного Креста - www.icrc.org
9. Раздел официального сайта ООН, посвященный международному праву - <http://www.un.org/ru/law/>
10. Сайт Министерства иностранных дел РФ - <http://www.mid.ru>
11. <http://www.government.gov.ru> – Официальный сайт Правительства РФ.
12. Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации - <http://www.kremlin.ru/events>
13. Российская газета - <http://www.rg.ru/>
14. Журнал «Россия в глобальной политике» <http://www.globalaffairs.ru/>
15. Журнал «Международная жизнь» <http://www.interaffairs.ru/>

16. Журнал «Вестник международных организаций» <http://www.iorj.hse.ru/>
17. Журнал Корпорации РЭНД (The RAND Corporation) <http://www.rand.org/>
18. Журнал Совета по международным отношениям (Council on Foreign Relations) <http://www.cfr.org/>
19. Журнал Форума глобальной политики (Global Policy Forum) <http://www.globalpolicy.org/>
20. Журнал Королевского института международных отношений (The Royal Institute of International Affairs) <http://www.chathamhouse.org/>
21. Право международной торговли <http://www.miripravo.ru/>
22. Информационный сервер «Терроризм» <http://www.infa.ru/map/terror/index.html>
23. Портал по законодательству Европейского Союза <http://europa.eu.int/eur-lex>.

6.6. Иные источники

1. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) – www.ipranet.ru
2. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO) – www.marrtex.co.uk/prca
3. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP) – www.sbg.ac.at/cerp
4. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС) – www.akos.newmail.ru

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.