МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
САФ Байкальской международной бизнес-школы (института)
Кафедра гуманитарных дисциплин и иностранных языков

УТВЕРЖДАЮ:
Декан САФ Байкальской международной
бизнес-школы (института)
_____ Н.Б. Грошева
14 апреля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины Б1.В.03 Международная инновационная среда и связи с общественностью

Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

Профиль подготовки Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Согласовано Учебно-методическим Советом Байкальской международной бизнес-школы (института)
Протокол № 4 от 26 марта 2025 г.

Председатель В.М. Максимова

Рекомендовано кафедрой Гуманитарных дисциплин и иностранных языков
Протокол № 7 от 19 марта 2025 г.

Зав. кафедрой А.Ю. Суслова

Иркутск 2025 г.

Содержание

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....2
VII. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 2
II. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 2
III. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 4
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов 4
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 5
4.3. Содержание учебного материала.....8
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ 9
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС) 9
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....12
а) Перечень литературы.....12
б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы 13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 13
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:.....13
6.2. Программное обеспечение: .....**Ошибка! Закладка не определена.**
6.3. Технические и электронные средства обучения:**Ошибка! Закладка не определена.**
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....16
VIII.ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....17

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Главной **целью** дисциплины «Международная инновационная среда и связи с общественностью» является знакомство – на теоретическом и практическом уровнях – с концептуальными основами и конкретными технологическими аспектами пиара (связей с общественностью) субъектов разного рода деятельности, предполагающей создание и управление содержательной динамикой публичной репутации, деятельность по воздействию на общественное мнение, защиту репутации и эффективное поведение во всем многообразии ситуаций репутационной конкуренции в условиях роста инновационной активности в мире.

Задачи курса:

- дать понятие термина «Международная инновационная среда»;
- дать знания об истории пиара и об основных концепциях организации связей с общественностью за рубежом и в России;
- уяснить сходства и различия связей с общественностью, с одной стороны, и рекламой и маркетингом, с другой;
- познакомить студентов с важнейшими тенденциями развития связей с общественностью с учетом российской специфики;
- познакомить студентов с социологическими аспектами пиар-деятельности;
- проанализировать специфику пиар-деятельности в социальных сетях;
- научить студентов основам взаимодействия с традиционными и новыми СМИ в рамках пиар-кампаний и в соответствии с их задачами;
- научить основам организации пиар-кампаний и реализации пиар-проектов;
- освоить основные методики оценки эффективности пиар-кампаний;
- познакомить с основными деструктивными пиар-технологиями и способами противостояния им;
- приобретение студентами самостоятельного практического опыта в разработке и проведении пиар-кампаний;
- познакомить студентов с характером, спецификой и основными технологиями джиара и лоббизма;
- уяснить специфику отдельных отраслей пиара: политического пиара, пиара в международных отношениях, личностного брендинга, продвижения культурных продуктов и т.д.

VII. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина (модуль) *«Б1.В.03 Международная инновационная среда и связи с общественностью»* относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений,* образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика**,** профиль **«**Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами».

Дисциплина читается *в очной форме, в 4 семестре*.

Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами*:*

Введение в инновационный менеджмент.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Стратегический менеджмент.

II. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению 27.03.05 Инноватика**,** профиль **«**Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами»: УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК 6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	*УК 6.2 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, выстраивает временную траекторию их достижения с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения*	Умеет применять некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике в части эффективного делового общения и планирования взаимодействия.
ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты	*ПК 3.1. Знает основы менеджмента в области связей с общественностью и работы со СМИ при продвижении инновационных и ИТ-продуктов; средства и методы разработки и презентации при продвижении инновационных и ИТ-продуктов*	Знает методы и технологии связей с общественностью при наличии возможеного конфликта интересов.
ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты	*ПК-3.2. Умеет аргументированно демонстрировать преимущества инновационных и ИТ-продуктов; организовывать рекламные кампании; проводить публичные презентации по ознакомлению со свойствами инновационных и ИТ-продуктов*	Умеет применять некоторые методы и технологии связей с общественностью для развития и поддержания долгосрочных отношений.

III. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет **4 зачетных единиц, 144** часов**,**
в том числе **17** часов на промежуточную аттестацию.
Форма промежуточной аттестации: экзамен - 4 семестр.

4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/н	Раздел дисциплины/тема	Семестр	Всего часов	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Форма текущего контроля успеваемости / промежуточной аттестации
				Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
				Лекция	Практическое занятие	Консультация/КСР/КО		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	История PR на Западе и в России	4	10	3	3		**4**	Устный опрос, доклад
2.	Реклама, маркетинг и связи с общественностью: общее и особенное	4	10	3	3		4	Устный опрос, доклад
3.	Структура и правовая база PR-кампании	4	10	3	3		4	Устный опрос, доклад
4.	Целевые аудитории PR	4	10	3	3		4	Устный опрос, доклад
5.	Планирование PR-кампании	4	10	3	3		4	Устный опрос, доклад
6.	Работа со СМИ	4	10	3	3		4	Устный опрос, доклад

7.	Деструктивные PR -технологии и методы противодействия им	4	10	3	3		4	Устный опрос, доклад
8.	Специфика политического PR	**4**	10	3	3		4	Устный опрос, доклад
9.	Лоббизм и джиар	**4**	14	4	4	2	4	Устный опрос, доклад
10.	Корпоративный пиар	**4**	3	6	6	3	8	Устный опрос, доклад
11.	Промежуточная аттестация	**4**		0		10 (КО)	17	Экзамен
12.	**ВСЕГО ЧАСОВ**	4	**144**	**34**	**34**	**8**	**44**	

4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
	Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
История PR на Западе и в России	Подготовка доклада	1-2 неделя	**4**	Доклад	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов . Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с.
Реклама, маркетинг и связи с общественностью: общее и особенное	Подготовка доклада	2-3 неделя	4	Доклад	Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 261 с.
Структура и правовая база PR-кампании	Подготовка доклада	4-5 неделя	4	Доклад	Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 261 с.

Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
	Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
Целевые аудитории PR	Подготовка доклада	6-7 неделя	4	Доклад	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов . Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с.
Планирование PR-кампании	Подготовка доклада	8-9 неделя	4	Доклад	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов . Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с.
Работа со СМИ	Подготовка доклада	10-11 неделя	4	Доклад	Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 261 с.
Деструктивные PR -технологии и методы противодействия им	Подготовка доклада	12-13 неделя	4	Доклад	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов . Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с.
Специфика политического PR	Подготовка доклада	13-14 неделя	4	Доклад	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] — Москва : Издательство Юрайт, 2022.

Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
	Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Трудоемкость (час.)		
Лоббизм и джиар	Подготовка доклада	14-15 неделя	4	Доклад	Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 261 с.
Корпоративный пиар	Подготовка доклада	16-17 неделя	4	Доклад	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] — Москва : Издательство Юрайт, 2022.

4.3.Содержание учебного материала

№	Наименование темы	Содержание темы
1.	История PR на Западе и в России	Роль Айви Ли и Эдварда Бернейза в становлении пиара как вида профессиональной деятельности. Основные кейсы их деятельности. Маркетинговый капитализм и развития пиара.
2.	Реклама, маркетинг и связи с общественностью: общее и особенное	Общее и особенное между «связями с общественностью», с одной стороны, рекламой и маркетинговым, с другой. Различия технологий. Разные модели временной длительности в коммуникациях. «Субъектность» пиара и «объектность» рекламы и маркетинга.
3.	Структура и правовая база PR-кампании	Основные структурные элементы пиар-кампании (пиар-проекта). Этапы планирования пиар-кампании. Правовые аспекты деятельности PR-специалиста.
4.	Целевые аудитории PR	Многообразие и типология целевых аудиторий. Проблема выбора технологий работы с конкретными целевыми аудиториями. Метод фокус-группы и метод анкетирования в изучении целевых аудиторий.
5.	Планирование PR-кампании	Индивидуальное и коллективное в пиар-планировании. Социологическое обеспечение PR-кампаний. Метод мозгового штурма. Основные методики коллективной работы.
6.	Работа со СМИ	Выстраивание отношений с владельцами СМИ, медиаменеджерами, редакционными коллективами и отдельными медиа-работниками. Основы SMM-работы. Специфика и технологии работы с лидерами общественного мнения.
7.	Деструктивные PR-технологии и методы противодействия им	Феномен деструктивных технологий. Спин-докторинг. Коммерческие и политические кейсы применения деструктивных технологий и противостояния им.
8.	Специфика политического PR	Этапы избирательной кампании. Управление избирательной кампанией. Работа избирательного штаба. Структура российского электората. Специфика политических технологий в современной России. Бизнес и публичная политика.
9.	Лоббизм и джиар	Интересы бизнеса и власть. Бизнес в законодательной власти. Бизнес в исполнительной власти. Различия лоббизма и джиара. Специфика лоббистской деятельности в России. Иркутские региональные кейсы.

10.	Корпоративный пиар	Специфика корпоративного пиара. Психологические и технологические аспекты корпоративного пиара. Оценка эффективности корпоративного пиара. Региональные и российские кейсы.

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы	Наименование семинаров/ практических занятий	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции (индикаторы)
1	**2**	**3**	**4**	**6**	**7**
1	Тема 1	История PR на Западе и в России	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
2	Тема 2	Реклама, маркетинг и связи с общественностью: общее и особенное	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
3	Тема 3	Структура и правовая база PR-кампании	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
4	Тема 4	Целевые аудитории PR	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
5	Тема 5	Планирование PR-кампании	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
6	Тема 6	Работа со СМИ	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
7	Тема 7	Деструктивные PR - технологии и методы противодействия им	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
8	Тема 8	Специфика политического PR	3	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
9	Тема 9	Лоббизм и джиар	4	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
10	Тема 10	Корпоративный пиар	6	тест	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема (вопрос)	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Феномен медиара.	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты*	*ПК 3.1. Знает основы менеджмента в области связей с общественностью и работы со СМИ при продвижении*

				инновационных и ИТ-продуктов; средства и методы разработки и презентации при продвижении инновационных и ИТ-продуктов
2	Противодействие компромату	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты*	*ПК-3.2. Умеет аргументированно демонстрировать преимущества инновационных и ИТ-продуктов; организовывать рекламные кампании; проводить публичные презентации по ознакомлению со свойствами инновационных и ИТ-продуктов*
3	Пиар-методики в социальных сетях	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты*	*ПК-3.2. Умеет аргументированно демонстрировать преимущества инновационных и ИТ-продуктов; организовывать рекламные кампании; проводить публичные презентации по ознакомлению со свойствами инновационных и ИТ-продуктов*
4	Интервью в рамках компании личностного PR: структура и приемы	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*УК 6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в*	*УК 6.2 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, выстраивает временную траекторию их достижения с*

			течение всей жизни.	*обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения*
5	Подушка репутационной безопасности: теория и практика	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*УК 6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.*	*УК 6.2 Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, выстраивает временную траекторию их достижения с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения*
6	Концепция отличий, достоинств и преимуществ, как содержательное ядро PR-работы	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты*	*ПК 3.1. Знает основы менеджмента в области связей с общественностью и работы со СМИ при продвижении инновационных и ИТ-продуктов; средства и методы разработки и презентации при продвижении инновационных и ИТ-продуктов*
7	«Эстетическая оболочка» связей с общественностью	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты*	*ПК 3.1. Знает основы менеджмента в области связей с общественностью и работы со СМИ при продвижении инновационных и ИТ-продуктов; средства и методы разработки и презентации при*

				продвижении инновационных и ИТ-продуктов
8	Корпоративный пиар.	Подготовка доклада по теме (вопросу) на основе изученных источников	*ПК 3 Способен продвигать инновационные и ИТ-продукты*	*ПК 3.1. Знает основы менеджмента в области связей с общественностью и работы со СМИ при продвижении инновационных и ИТ-продуктов; средства и методы разработки и презентации при продвижении инновационных и ИТ-продуктов*

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа обучающихся проводится с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Учебно-методические материалы при самостоятельной подготовке доступные обучающимся через систему интернет-обучения «Гекадем», в которой представлены материалы лекций и практических заданий, интерактивные формы обучения, примеры тестовых заданий. Каждый обучающийся получает авторизованный доступ в систему. Система интернет-обучения «Гекадем» является платформой дистанционного обучения и обучения с использованием цифровых технологий Байкальской международной бизнес-школы ФГБОУ ВО «ИГУ».
Режим доступа: https://edu.buk.irk.ru.

Самостоятельная работа студентов с учебным материалом при изучении дисциплины ***Связи с общественностью*** связана с работой над учебным материалом (конспектами лекций, учебной и научной литературой), а также с рекомендованными базами данных, информационно-справочными и поисковыми системами сети Интернет и ориентирована освоение ряда проблемных вопросов, в том числе на подготовку:

а) к лекционным и практическим занятиям;

в) к текущему контролю и промежуточной аттестации по дисциплине.

Контроль за самостоятельной работой осуществляется при выполнении обучающимся заданий из фонда оценочных материалов дисциплины Оцениваются как фактические знания студентов, так и глубина понимания и способности вычленения, и интерпретации целостных смысловых конструкций, а также навыки самостоятельного поиска необходимой информации по теме занятия и ее критической оценки.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) Перечень литературы

Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — URL : https://urait.ru/bcode/516613

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — URL : https://urait.ru/bcode/511939

Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15901-1. — URL : https://urait.ru/bcode/510237

Также рекомендуем

Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14228-0. — URL : https://urait.ru/bcode/510925

Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — URL : https://urait.ru/bcode/514234

Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — URL : https://urait.ru/bcode/518901

б) Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: https://isu.bibliotech.ru/ Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.
2. ЭБС «Руконт» Контракт № 98 от 13.11.2020 г.; Акт № бК-5415 от 14.11.20 г. Срок действия по 13.11.2021г. доступ: http://rucont.ru/
3. ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Информационное письмо № 128 от 09.10.2017 г. Срок действия: бессрочный. Адрес доступа: http://e.lanbook.com/
4. ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Адрес доступа: http://rucont.ru/
5. ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Адрес доступа: http://ibooks.ru
6. Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Адрес доступа: https://urait.ru/

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа	Аудитория оборудована специализированной (учебной) мебелью на 48 студентов и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Комплект демонстрационного оборудования включает: 1.ПК HP Elite 8300 SFF i5 3470/4Gb/1Tb/DVDRV/kb/m/DOS/Solenoid Lock and Hood Sensor (RUS) 2. Монитор Viewsonic TFT 20" VA2014WM glossy-black 5ms 20 00:1 250cd M/M 3. Проектор Epson EB-1830 4. Колонки активные Genius SP-S110 черные 5. Разветвитель видеосигнала Aten VS92A 2- port VGA Оснащена учебно-наглядными пособиями и электронными презентациями, обеспечивающими тематические иллюстрации по всем темам, указанным в рабочей программе дисциплины	БАЗОВЫЙ УСТАНОВОЧНЫЙ КОМПЛЕКТ ПО: Office 2019 по лицензионным программам предустановки OEM; программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-К-1131 от 29.11.2021 Project Standard 2019, Access 2019 – Подписка ИГУ Azure Dev Tools for Teaching subscription (Visio, Projekt) 1 Year. Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, WA 98052. Операционные системы Windows’7, Windows’10 по лицензионным программам предустановки OEM, программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-К-1131 от 29.11.2021 Операционные системы Альт Образование. Для студентов (Бесплатная) Централизованная поставка ИГУ. Лицензия №AAO.0323.00. Для БМБШ ИГУ выделено 90 лицензий. Операционные системы Альт Рабочая станция. Централизованная закупка ИГУ. Лицензия №AOB.1223.00. Для БМБШ ИГУ выделено 15 лицензий. Р7-Офис.Профессиональный (Десктопная версия), для образовательных учреждений арт. R7DT1Y001E реестровая запись №5256 от 26.02.2019 Номер сертификата №0610/1343. Для БМБШ выделено 100 лицензий. Антивирусные программы - Dr.Web продление Договор № 25/01/29ИГУ от 12 февраля 2025 г. счет № Pr000046322 от 15 февраля 2025 г. Архиваторы WinRAR: 3.x: Standard Licence - для юридических лиц 100-199 лицензий - прилож №1 к дог. №15422/IRK11 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 05.02.2010 Бессрочная лицензия Сетевая клиентская часть Права на программы для ЭВМ Windows Server CAL 2012 Russian OLP NL Akademic Edition Device CAL 120

		лицензий - счет Tr000051059 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.10.2015 г. Бессрочная лицензия Межсетевой экран, функционал Proxy - Право использования программ для ЭВМ Traffic Inspector GOLD льготная счет Tr005456 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.08.2013 г. Traffic Inspector GOLD Special* на 5 лет Договор РСЗ-0000276 от 16.11.2021.

6.2. Программное обеспечение:

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

1. Office 2019 по лицензионным программам предустановки OEM; программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-К-1131 от 29.11.2021
2. Project Standard 2019, Access 2019 – Подписка ИГУ Azure Dev Tools for Teaching subscription (Visio, Projekt) 1 Year. Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, WA 98052.
3. Операционные системы Windows’7, Windows’10 по лицензионным программам предустановки OEM, программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-К-1131 от 29.11.2021
4. Операционные системы Альт Образование. Для студентов (Бесплатная) Централизованная поставка ИГУ. Лицензия №AAO.0323.00. Для БМБШ ИГУ выделено 90 лицензий.
5. Операционные системы Альт Рабочая станция. Централизованная закупка ИГУ. Лицензия №AOB.1223.00. Для БМБШ ИГУ выделено 15 лицензий.
6. Р7-Офис.Профессиональный (Десктопная версия), для образовательных учреждений арт. R7DT1Y001E реестровая запись №5256 от 26.02.2019 Номер сертификата №0610/1343. Для БМБШ выделено 100 лицензий.
7. Антивирусные программы - Dr.Web продление Договор № 25/01/29ИГУ от 12 февраля 2025 г. счет № Pr000046322 от 15 февраля 2025 г.
8. Архиваторы WinRAR: 3.x: Standard Licence - для юридических лиц 100-199 лицензий - прилож №1 к дог. №15422/IRK11 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 05.02.2010 Бессрочная лицензия
9. Сетевая клиентская часть Права на программы для ЭВМ Windows Server CAL 2012 Russian OLP NL Akademic Edition Device CAL 120 лицензий - счет Tr000051059 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.10.2015 г. Бессрочная лицензия
10. Межсетевой экран, функционал Proxy - Право использования программ для ЭВМ Traffic Inspector GOLD льготная счет Tr005456 ЗАО "СофтЛайн Трейд" от 27.08.2013 г.
11. Traffic Inspector GOLD Special* на 5 лет Договор РСЗ-0000276 от 16.11.2021.
12. 1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Электронная поставка. 25 лицензий.

6.3. Технические и электронные средства обучения:

Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала:

1. Компьютер HP EliteDesk 800 G4 SFF/ Core i5-8500/ 8GB/ 256GB SSD/ DVD-RW/ Win10Pro (4QC39EA#ACB)

2. Монитор 20" ViewSonic VA2013Wm (16:9HD), 1600x900, 5ms, 300cd/m2, 1000:1 (16000:1DCR), 170/160, w/Spk, TCO-07

3. Проектор Casio XJ-V1

4. Разветвитель видеосигнала Aten VS92A 2- port VGA

5. Колонки активные Genius SP-S110 черные

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения:

1.Office 2019 по лицензионным программам предустановки OEM; программе академического сотрудничества с Russian Microsoft Desktop Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year– Договор № 03-К-1131 от 29.11.2021

2.Project Standard 2019, Access 2019 – Подписка ИГУ Azure Dev Tools for Teaching subscription (Visio, Projekt) 1 Year. Microsoft Corporation, One Microsoft Way, Redmond, WA 98052.

3. Microsoft Project Professional 2010, Microsoft Visio Professional 2010 по программе академического сотрудничества с Microsoft Imagine Standart Electronic Software Delivery при содействии ЦНИТ ИГУ.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки направлению подготовки 27.03.05 Инноватика**,** профиль **«**Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами» реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Преподавание дисциплины «Б1.В.03 Международная инновационная среда и связи с общественностью» предполагает использование следующих образовательных технологий:

- проведение аудиторных занятий с использованием мультимедийных технологий, аудио- и видеоматериалов;
- проведение лекционных занятий в форме проблемной лекции, лекции-дискуссии (при необходимости – в форме вебинара с записью лекции для возможности последующего просмотра);
- использование проблемно-ориентированного подхода посредством проведения самостоятельных работ;
- тестовые технологии на дистанционной платформе БМБШ СДО «Гекадем»;
- применение интерактивных обучающих технологий, таких как групповая дискуссия, работа в малых группах;
- проведение мастер-классов со специалистами;
- выполнение студентами контрольных и самостоятельных работ.

Дистанционные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы:

- индивидуальное общение со студентами через электронную почту преподавателя;
- использование образовательного портала ИГУ https://educa.isu.ru/ и платформы БМБШ «Гекадем» для организации текущего контроля за успеваемостью и посещаемостью.

Дистанционные технологии при освоении дисциплин применяются с использованием образовательного портала Иркутского государственного университета (адрес доступа: http://educa.isu.ru) и платформы БМБШ СДО «Гекадем» (адрес доступа https://edu.buk.irk.ru/). Тексты или видеозаписи лекций, задания к практическим занятиям размещаются по дисциплинам в соответствующих разделах указанного информационного портала ИГУ.

VIII.ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для входного контроля отсутствуют.

8.2. Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Назначение оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации – выявить сформированность компетенций в соответствии с таблицей, приведенной ниже.

№	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Контролируемые компетенции/ индикаторы
1	2	3	4
1.	Сообщение, доклад	Тема 1 – тема 10	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2
2.	Тест	Тема 1 – тема 10	УК-6.2; ПК-3.1; ПК-3.2

8.3. Виды оценочных средств, применяемых для текущего контроля и промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств, используемых для оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а также краткая характеристика этих средств приведены в таблице

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства
1.	Сообщение, доклад	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов исследования определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной проблемы Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Темы докладов, сообщений
2.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Выполняются студентом в СДО «Гекадем»). Число вопросов в тесте - не менее	Перечень тестовых заданий

		20, время выполнения - не ограничено, число попыток – 1. Может быть использовано для оценки знаний, умений обучающихся	

8.4. Критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации и текущего контроля

Доклад, сообщение

Шкала оценивания	Характеристика результата (ответа)	Уровень освоения компетенций
86 – 100 баллов	Обозначена проблема по теме доклада (сообщения) и обоснована еѐ актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью.	Высокий
70 – 85 баллов	Обозначена проблема по теме доклада (сообщения) и обоснована еѐ актуальность, анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему не отражает всех научно обоснованных позиций, не вполне логично изложена собственная позиция или сформулированы выводы, тема раскрыта в достаточном объеме.	Базовый
61 - 70 баллов	Обозначена проблема по теме доклада (сообщения), но не обоснована ее актуальности, анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему отсутствует, отсутствует логика и собственная позиция при формировании выводов, тема раскрыта частично.	Минимальный
0 – 60 баллов	Проблематика темы доклада (сообщения) не раскрыта, не приведены существующие точки зрения по заданной проблеме, отсутствует собственная точка зрения, выводы не сформулированы.	Компетенции не сформированы

Тест

Шкала оценивания	Характеристика результата (ответа)	Уровень освоения компетенций
86 – 100 баллов	Доля верно решенных заданий теста составляет 86 – 100 % от общего объема заданий в тесте.	Высокий
70 – 85 баллов	Доля верно решенных заданий теста составляет 70 - 85 % от общего объема заданий в тесте.	Базовый
61 - 70 баллов	Доля верно решенных заданий теста составляет 61 - 70% от общего объема заданий в тесте.	Минимальный
0 – 60 баллов	Доля верно решенных заданий теста составляет 0 – 60 от общего объема заданий в тесте.	Компетенции не сформированы

8.5. Описание процедур проведения промежуточной аттестации и оценивания результатов обучения

При проведении промежуточной аттестации в форме зачета преподаватель использует результатами текущего контроля успеваемости в течение семестра и результатами тестирования по материалам, изученным в течении семестра. Оценочные средства, используемые при текущем контроле, в совокупности с тестированием, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. С целью использования результатов текущего контроля успеваемости, преподаватель подсчитывает среднюю оценку уровня сформированности компетенций обучающегося (сумма оценок, полученных обучающимся, делится на число оценок). Время проведения тестирования объявляется обучающимся заранее. Вопросы для тестирования формируются из набора вопросов всех тестов по всем темам и разделам дисциплины. Число вопросов в тесте – не менее 25, время выполнения – 45 минут, число попыток - одна.

8.6. Демонстрационные варианты оценочных средств текущего контроля

№	Наименование оценочного средства	Пример оценочного средства
1.	Перечень тестовых заданий	**ТЕСТ для промежуточной аттестации** 1. Основным адресатом пиара является: 1. общественное мнение 2. государственные органы власти 3. средства массовой информации 4. потребители 2. С какого времени пиар становится элементом отношений власти и общества? 1. с начала XVIII века 2. с начала XIX века 3. с начала XX века 4. с начала XXI века 3. Что в первую очередь используется в пиаре для оказания влияния на общественное мнение? 1. информация 2. законодательные акты 3. коммерческие организации 4. подручные средства. 4. Что является главной целью PR? 1. изменение общественного мнения 2. повышение уровня продаж 3. доведение информации до потребителей 4. повышение рейтинга компании 5. Основным каналом оказания влияния на общественное мнение является: 1. средства массовой информации

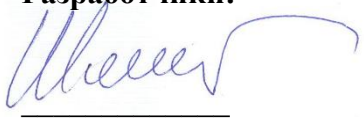
		2. пресс-службы 3. публичные заявления влиятельных лиц. 4. рекламные структуры субъектов экономической деятельности. 6. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR? 1. управление репутацией 2. изучение общественного мнения 3. анализ экономической деятельности предприятия 4. формирование имиджа 7. Какая из моделей информационной деятельности более свойственна PR? 1. тоталитарная 2. однонаправленная (модель традиционных СМИ) 3. дисциплинарная 4. диалоговая 8. Что из перечисленного не относится к этапам планирования пиар-акции? 1. определение проблемы 2. планирование программы 3. оценка программы 4. исследование общественного мнения 9. Пиар – это (выберите единственное верное определение): 1. оповещение населения о лицах, товарах, услугах с целью создания популярности и соответственно спроса и высокого рейтинга. 2. формирование и поддержание отношений с правительством с целью воздействия на законодательную деятельность 3. особая управленческая деятельность, направленная на установление долговременных, доброжелательные и взаимовыгодных между субъектом той или иной деятельности и разными группами общественности 4. деятельность организации (личности) по достижению роста известности, популярности с помощью распространения различного рода информации 10. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации: 1. телевидение 2. филиалы организации на местах 3. социальные сети 4. газеты и журналы 5. интернет-сайты организаций 11. Что из перечисленного ниже не является видом пиар-материалов для медиа-контента? 1. новостной релиз 2. пресс-релиз 3. техническое задание 4. пресс-кит

		12. Укажите самое «старое» из перечисленных ниже СМИ: 1. Телевидение 2. Радио 3. Пресса 4. Интернет 13. Что не может регулироваться нормами права в сфере пиар: 1. Субъекты информационного воздействия 2. Результаты PR-акций 3. Формы коммуникаций 4. Средства передачи информации 14. При проведении PR-кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь? 1. Планирование PR-кампании. 2. Анализ целевой аудитории 3. Определение PR-проблемы 4. Анализ эффективности результатов PR-кампании 15. PR-кампания это: 1. компания PR специалистов 2. комплекс мероприятий, направленный на решение PR-проблемы 3. комплекс мероприятий, направленных на изучение общественного мнения 4. заседание редакционного коллектива 16. При проведении PR-кампании персонал компании и члены их семей являются: 1. внешней целевой аудиторией 2. внутренней целевой аудиторией 3. ключевой аудиторией 4. корпоративной аудиторией 17. «План-график проведения PR-мероприятий и PR-бюджет» являются составной частью: 1. анализа PR-проблемы 2. плана PR-кампании 3. анализа целевых аудиторий 4. динамики рейтинга 18. Бюджет PR кампании - это: 1. сумма, которую закладывает организация на осуществление конкретной PR-деятельности 2. сумма, которую закладывает организация на приобретение или создание собственного средства массовой информации 3. сумма, которую закладывает организация на административно-хозяйственные расходы 4. сумма, которую закладывает организация на социальные нужды

		19. Политическая PR-кампания является: 1. видом PR-кампании 2. средством PR-кампании 3. целью PR-кампании 4. демократической политикой 20. Укажите правильную последовательность этапов PR-кампании: 1. планирование PR кампании - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании 2. планирование PR кампании - анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - проведение PR кампании 3. определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании 4. анализ эффективности PR - определение PR проблемы - выбор общественных групп - планирование PR кампании - проведение PR кампании 21. Что относится к одной из самых важных задач PR-специалистов? 1. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия 2. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис 3. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства 4. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании 22. Какую роль играет социальная реклама? 1. реклама помогает старикам и инвалидам обрести уверенность в будущем 2. реклама информирует общественность о событиях в экономике и политике 3. реклама информирует общество о новинках товарного рынка и его тенденциях 4. реклама направлена благотворительные цели 23. Что из перечисленного ниже является внутренней задачей PR служб коммерческого предприятия? 1. Формирование ассортимента выпускаемой продукции 2. Формирование оригинального имиджа организации 3. Формирование кадрового резерва организации 4. Разработка новых технологий производства

		24. Создание позитивного имиджа организации – это: 1. определение миссии организации 2. главная проблема пиара в бизнесе 3. задача социального пиара 4. определение рекламы 25. Влияют ли на имидж организации ее финансовые показатели? 1. да, влияют 2. влияют, если они ухудшаются 3. влияют, если они улучшаются 4. по большей части не влияют
2.	Темы докладов, сообщений	**Темы для подготовки сообщений с презентациями на тему «Корпоративный пиар: достижения и проблемы».** 1. Нефтяная компания "Роснефть" 2. Газпром. 3. Нефтяная компания "ЛУКойл". 4. Государственная корпорация по атомной энергии "Росатом". 5. РЖД. 6. АК "Транснефть" 7. Сбербанк. 8. ВТБ. 9. Авиационная компания ("Аэрофлот", S7, "Ютэйр" и др.). 10. Группа компаний "Мегафон". 11. МТС. 12. Билайн. 13. Объединенная компания "Русал" 14. Роснано. 15. Связьинвест. 16. Вымпелком. 17. Группа компаний "Связной". 18. "АвтоВАЗ". 19. "Рособоронэкспорт". 20. Пивоваренная компания "Балтика" 21. Группа "Росгосстрах" 22. Яндекс. 23. ИКЕА Дом 24. Форд Мотор Компани 25. Группа "Соллерс"

Разработчики:



_____ доцент С.Ф. Шмидт

(подпись) (занимаемая должность) (Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 27.03.05 Инноватика**,** профиль **«**Управление инновационными и ИТ-проектами и продуктами».

Программа рассмотрена на заседании кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков 19 марта 2025 г., протокол № 7.

Зав. кафедрой А.Ю. Суслова

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.