

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Институт образования и общественных наук  
Кафедра политологии, социологии и международных процессов

УТВЕРЖДАЮ:  
И.о. директора института



С. К. Лямин  
«16» сентября 2024 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.ДВ.02.2 Социология общественных связей

Направление подготовки/специальность: 39.04.01 - Социология

Профиль/направленность/специализация: Цифровая социология и аналитика

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2024

**Автор программы:**

Кандидат социологических наук, доцент Белинская Дина Викторовна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.04.01 - Социология (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «05» февраля 2018 г. № 79).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры политологии, социологии и международных процессов «13» сентября 2024 г. Протокол № 2

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета истории, политологии и журналистики, Протокол от «16» сентября 2024 г. № 1.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистратуры.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	18
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	20
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	21

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен самостоятельно анализировать основные положения новейших тенденций развития и направлений современной социологической теории, методологии и методов социальных наук, применять их в рамках фундаментальных и/или прикладных исследований социального института образования, других социальных институтов, общностей, процессов, общественного мнения

### 1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий

### 1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 01 Образование и наука (в сфере среднего общего образования, профессионального образования, профессионального обучения, дополнительного образования; в сфере научных исследований)

### 1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-1 Способен самостоятельно анализировать основные положения новейших тенденций развития и направлений современной социологической теории, методологии и методов социальных наук, применять их в рамках фундаментальных и/или прикладных исследований социального института образования, других социальных институтов, общностей, процессов, общественного мнения	Самостоятельно проводит фундаментальные и/или прикладные исследования общественных связей в современном обществе

### 1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен самостоятельно анализировать основные положения новейших тенденций развития и направлений современной социологической теории, методологии и методов социальных наук, применять их в рамках фундаментальных и/или прикладных исследований социального института образования, других социальных институтов, общностей, процессов, общественного мнения

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		1	2	3	4	1	2	3	5



1	Социология связей с общественностью как наука	1	1	4	-	2	6	Подготовка и защита презентации
2	История становления науки о связях с общественностью	2	-	4	1	2	7	Подготовка и защита презентации
3	Социологический инструментарий связей с общественностью	2	1	4	-	2	6	Подготовка и защита презентации
4	Общественность в сфере PR	2	1	4	-	3	6	Подготовка и защита презентации
5	Средства массовой информации в социологии общественных связей	1	-	4	1	3	7	Подготовка и защита презентации
6	Специальные мероприятия в отношениях со СМИ	1	1	4	-	3	6	Подготовка и защита презентации; Тестирование
7	Политический PR	1	-	4	1	3	7	Подготовка и защита презентации
8	PR в функциональной структуре организаций	1	-	4	1	3	7	Подготовка и защита презентации
9	Формирование имиджа как одна из задач связей с общественностью	1	-	4	-	3	8	Тестирование

### Тема 1. Социология связей с общественностью как наука (ПК-1)

#### Лекция.

Социология связей с общественностью: понятия и определения. Структура социологии связей с общественностью. Функции социологии связей с общественностью. Категории социологии связей с общественностью. Место в различных сферах социальной жизни, взаимодействие с другими институтами.

Лоббирование как особая часть связей с общественностью. Правовые основы лоббирования. Содержание работы лоббистов. Технологии лоббирования.

Паблисити как совокупность позитивной информации о фирме, ее деятельности и персонале, распространяемая любыми доступными каналами. Формы паблисити.

Спонсоринг (спонсорство) в сфере деятельности PR-специалиста. Мотивы спонсорства.

Создание кодексов профессионального поведения PR-специалиста. Функции специалиста по связям с общественностью. Этическая сторона профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью.

#### Практическое занятие.

1. PR как деятельность: лоббирование, формы лоббирования, их возможности и ограничения

2. PR как деятельность: спонсорство. Спонсорство как форма взаимоотношений с обществом
3. PR как деятельность: паблисити. Паблисити как фактор формирования информационного повода
4. Особенности профессиональной подготовки специалистов в США, Европе и России
5. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО). Декларация этических принципов РАСО

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

### **Тема 2. История становления науки о связях с общественностью (ПК-1)**

#### **Лекция.**

История развития общественных связей (Античность, Средние века). Книгопечатание как новый этап развития науки. Роль первых газет в формировании общественных связей. Развитие «паблик рилейшнз» в США. Послание Томаса Джефферсона «О положении в стране» и появление термина «паблик рилейшнз». Образование президентской пресс-службы Теодора Рузвельта. Тактика «отношений с прессой» Вудро Вильсона. Особенности PR-обеспечения при администрации президента США. Основные этапы развития связей с общественностью в России.

#### **Практическое занятие.**

1. Зарождение практики паблик рилейшнз.
2. Эволюция связей с общественностью.
3. Американский опыт функционирования PR.
4. Развитие национальных школ по связям с общественностью: немецкой, французской, британской.
5. Международные организации по связям с общественностью.
6. Периоды становления PR в России
7. Становление российского PR-рынка.
8. Перспективы функционирования современного PR-рынка.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Истоки PR и причины и условия возникновения
2. Пропаганда в СССР как инструмент распространения идеологии
3. Предпосылки становления связей с общественностью в России
4. Периоды становления PR в России

### **Тема 3. Социологический инструментарий связей с общественностью (ПК-1)**

#### **Лекция.**

Методология и методика социологического исследования в сфере связей с общественностью.

Качественный и количественный анализ в связях с общественностью. Сбор данных и оценка эффекта исследования. Оценка результатов и корректировка разработанных программ.

#### **Практическое занятие.**

1. Методология исследований общественности.

2. Понятие выборки. Понятие генеральной совокупности. Типы выборки. Репрезентативность выборки.
3. Методы исследования общественности. Количественные и качественные исследования.
4. Медиаметрия. Контент-анализ. Опрос. Формы опроса: лонгитюдные исследования; анкета; интервью. Наблюдение. Тест. Эксперимент.
5. Метод фокус-групп. Процедура фокус-группы.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

### **Тема 4. Общественность в сфере PR (ПК-1)**

#### **Лекция.**

Понятие общественности. Типология групп общественности. Целевые и приоритетные группы общественности. Алгоритм работы специалиста с группами общественности.

Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Установка и общественное мнение. Мотивация изменения установки. Управление общественным мнением в связях с общественностью.

#### **Практическое занятие.**

1. Движущие силы формирования и проявления общественного мнения в сфере PR
2. Формы выражение и проявления общественного мнения
3. Основные качества социально информации для формирования зрелого общественного мнения
4. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

### **Тема 5. Средства массовой информации в социологии общественных связей (ПК-1)**

#### **Лекция.**



Понятие СМИ. Функции СМИ. Информационные агентства, пресса, радио, телевидение как организации, собирающие и пересылающие новости. Мониторинг СМИ. Общие правила отношений с СМИ. Работа с прессой. Материалы для прессы (бэкграундер, ньюз-, или пресс-релиз, медиа-кит, занимательная статья, кейс-история, авторские статьи, обзорные статьи, факт-лист, биография, фотографии, заявления).

#### **Практическое занятие.**

1. Роль СМИ в информационном обществе.
2. «Холодные» и «горячие» СМИ и их влияние на общественное мнение.
3. Мониторинг СМИ
4. Информационные агентства, их роль в создании и распространении новостных событий.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

### **Тема 6. Специальные мероприятия в отношениях со СМИ (ПК-1)**

#### **Лекция.**

Методика и организация проведения пресс-конференций и семинаров. Проведение презентации. Особенности проведения пресс-тура. Брифинг как форма работы с прессой. Типичные ошибки и трудности в организации пресс-мероприятий.

#### **Практическое занятие.**

1. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью. 2. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой.
3. Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

### **Тема 7. Политический PR (ПК-1)**

### **Лекция.**

Понятие политического PR. PR-приемы в политике: формирование имиджа победителя и аутсайдера; создание ложной популярности; долгие переговоры; ложная поддержка; искусственное столкновение двух партий с помощью подставных лиц, событий и т.д.; выбор без выбора. Избирательная кампания как пример массовой политической кампании. Черный и белый PR. Особенности российских СМИ для политического PR.

### **Практическое занятие.**

1. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний
2. Встречи с избирателями и составление речей
3. Организация и проведение политических дебатов
4. Создание и укрепление позитивной репутации

### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;
- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

## **Тема 8. PR в функциональной структуре организаций (ПК-1)**

### **Лекция.**

Понятие организации и ее функциональной структуры. Внутренняя (цели организации, ее организационная структура, задачи, ресурсы, технологии и коммуникации, штаты) и внешняя (социальные условия окружающей среды) среда организации.

Внутригрупповая PR-коммуникация как инструмент управления персоналом. Средства внутриорганизационных коммуникаций: листки новостей, управленческие публикации, ежегодные отчеты для занятых, доски объявлений, внутреннее видео, Интернет, непосредственные коммуникации с руководителями, слухи.

Понятие кризисной коммуникации. Типология кризисов. Позитивная сторона кризисной ситуации. Коммуникация в период кризисной ситуации. Тактические рекомендации по управлению ситуацией. Тренинг команды кризисного реагирования.

### **Практическое занятие.**

1. Организация и руководство работой «горячей линии» для персонала
2. Празднование годовщин, юбилеев и «круглых» дат. Организация и проведение годовых собраний акционеров
3. Организация и проведение «дней открытых дверей» и визитов на предприятия

### **Задания для самостоятельной работы.**

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста, конспектирование текста, выписки из текста, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом, (составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на практическом занятии, тестирование и др.;

- для формирования умений: решение практических ситуаций и заданий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

## **Тема 9. Формирование имиджа как одна из задач связей с общественностью (ПК-1)**

### **Лекция.**

Понятие имиджа. Типология имиджа: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный, множественный. Функции имиджа. Понятие имиджологии. Имиджмейкинг – управление имиджем. Особенности формирования имиджа. Личный (персональный) имидж. Внутренняя общественность и имидж организации. Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная многотиражная газета, буклет «Профиль фирмы», годовой отчет, письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый видеофильм или компьютерная презентация, портфолио. Слагаемые имиджа фирмы (этапы его создания). Реклама имиджа.

### **Практическое занятие.**

#### **Дискуссия «Искусство вхождения в образ».**

Ход дискуссии:

1. Студентам заранее раздаются роли спортсмена, актера, политика, бизнесмена, преподавателя.
2. Каждый из участников выступает с трибуны на тему: «Комплимент – это чудесный дар».
3. Остальные участники игры оценивают имидж выступающего, задают уточняющие вопросы.
4. Обсуждение полученных результатов. Выставление оценок.

Цель дискуссии: овладение учащимися умения строить эффективные межличностные коммуникации с помощью вербальных и невербальных средств общения, навыков создания своего неповторимого облика.

### **Задания для самостоятельной работы.**

Подготовка к дискуссии по теме лекции.

## **4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**

### **4.1. Распределение баллов:**

2 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

#### **Распределение баллов по заданиям:**

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Социология связей с общественностью как наука	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
2.	История становления науки о связях с общественностью	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
3.	Социологический инструментарий связей с общественностью	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
4.	Общественность в сфере PR	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
5.	Средства массовой информации в социологии общественных связей	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.

6.	Специальные мероприятия в отношениях со СМИ	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
		Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. 1 балл за каждый верный ответ
7.	Политический PR	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
8.	PR в функциональной структуре организаций	Подготовка и защита презентации	10	Критерии оценки: - объем работы (10-15 слайдов – 1 балл, 15-20 слайдов – 2 балла); - должна быть поставлена проблема – 1 балл; - слайды должны содержать как иллюстрации, так и основные тезисы, раскрывающие ход и результаты анализа – 1 балл; - обобщения и типологии должны быть социологически корректны и обоснованы (методически и теоретически) – 1 балл; - краткость, четкость формулировок – 1 балл; - качество оформления работы – 1 балл; - высокий уровень представления данных презентации – 1 балл; - ответы на дополнительные вопросы – 2 балла.
9.	Формирование имиджа как одна из задач связей с общественностью	Тестирование(контрольный срез)	10	1 балл за каждый верный ответ
10.	Премияльные баллы		20	- постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - участие в конференциях, публикации научных статей и тезисов докладов – 10 баллов
11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		50	Написание эссе (10 баллов) Защита реферата (20 баллов) Прохождение тестирования (30 вопросов) по всему курсу дисциплины (10 баллов)
12.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
----------------------	----------------------

50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Подготовка и защита презентации

#### Тема 1. Социология связей с общественностью как наука

1. PR как деятельность: лоббирование, формы лоббирования, их возможности и ограничения
2. PR как деятельность: спонсорство. Спонсорство как форма взаимоотношений с обществом
3. PR как деятельность: паблисити. Паблисити как фактор формирования информационного повода
4. Особенности профессиональной подготовки специалистов в США, Европе и России
5. Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО). Декларация этических принципов РАСО

#### Тема 2. История становления науки о связях с общественностью

1. Зарождение практики паблик рилейшнз.
2. Эволюция связей с общественностью.
3. Американский опыт функционирования PR.
4. Развитие национальных школ по связям с общественностью: немецкой, французской, британской.
5. Международные организации по связям с общественностью.
6. Становление российского PR-рынка.
7. Перспективы функционирования современного PR-рынка.

#### Тема 3. Социологический инструментарий связей с общественностью

1. Методология исследований общественности.
2. Понятие выборки. Понятие генеральной совокупности. Типы выборки. Репрезентативность выборки.
3. Методы исследования общественности. Количественные и качественные исследования.
4. Медиаметрия. Контент-анализ. Опрос. Формы опроса: лонгитюдные исследования; анкета; интервью. Наблюдение. Тест. Эксперимент.
5. Метод фокус-групп. Процедура фокус-группы.

#### Тема 4. Общественность в сфере PR

1. Движущие силы формирования и проявления общественного мнения в сфере PR
2. Формы выражение и проявления общественного мнения
3. Основные качества социально информации для формирования зрелого общественного мнения
4. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе

#### Тема 5. Средства массовой информации в социологии общественных связей

1. Роль СМИ в информационном обществе.
2. «Холодные» и «горячие» СМИ и их влияние на общественное мнение.
3. Мониторинг СМИ
4. Информационные агентства, их роль в создании и распространении новостных событий.

#### Тема 6. Специальные мероприятия в отношениях со СМИ

1. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью.
2. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой.
3. Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ.

#### Тема 7. Политический PR

1. Разработка и реализация стратегии и тактики предвыборных кампаний
2. Встречи с избирателями и составление речей
3. Организация и проведение политических дебатов
4. Создание и укрепление позитивной репутации

#### Тема 8. PR в функциональной структуре организаций

1. Организация и руководство работой «горячей линии» для персонала
2. Празднование годовщин, юбилеев и «круглых» дат. Организация и проведение годовых собраний акционеров
3. Организация и проведение «дней открытых дверей» и визитов на предприятия

### Тестирование

#### Тема 6. Специальные мероприятия в отношениях со СМИ

1. Выберите правильный вариант.  
 А. По направленности информации выделяют следующие средства PR: мониторинг, устные выступления, пресс-конференции, консультирование, опросы населения.  
 Б. По характеру источника информации и способу взаимодействия субъекта и объекта PR выделяют следующие средства: устные выступления, пресс-конференции, презентации, деловые встречи переговоров.  
 (?) Верно только А  
 (!) Верно только Б  
 (?) Верны оба суждения  
 (?) Оба суждения не верны
2. Что не входит в подготовительный этап PR-деятельности?  
 (!) разработка и проведение PR-кампании  
 (?) экспертиза и анализ целей  
 (?) анализ общественного мнения  
 (?) постановка (формулирование) задачи
3. Кто из отечественных ученых разделяет практику и науку PR, называя ее пиарологией, и определяет как «...социальную науку прикладной направленности, имеющую комплексную междисциплинарную природу и находящуюся на этапе своего формирования»  
 (?) Чумиков А.Н.  
 (?) Почепцов Г.Г.  
 (?) Королько В.Г.  
 (!) Шишкина М.А.
4. Выберите правильные определения PR. Итак, связи с общественностью – это:  
 (?) наука, искусство, совокупность методов, приемов, технологий, используемых субъектом для достижения гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на достоверной и полной информации  
 (?) усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот

(?) планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью

(!) Все определения верны

(?) Верны только 1 и 2 определения

(?) Верны только 1 и 3 определения

5. В каком году состоялась первая всемирная ассамблея ассоциаций PR в Мехико?

(?) в 1957 г.

(?) в 1967 г.

(!) в 1978 г.

(?) в 1987 г.

6. В каком году была создана Международная ассоциация паблик рилейшинз?

(?) 1945 г.

(?) 1948 г.

(!) 1955 г.

(?) 1958 г.

7. Какой этап развития паблик рилейшинз в США называют еще "эпохой разгребателей грязи"?

(?) этап формирования связей с общественностью в США

(!) этап становления связей с общественностью как профессии и научной дисциплины

(?) эпоха паблисити и первых пресс-агентов

(?) послевоенная эпоха и начало "эры телевидения"

8. На основе системно подхода М.А. Шишкина выделяет 2 группы субъектов ПР:

(!) базисные и технологические

(?) фундаментальные и прикладные

(?) базисные и институциональные

(?) технологические и институциональные

9. На каком этапе развития связей с общественностью в США стали использовать флаг как символ предвыборной кампании?

(?) этап формирования связей с общественностью в США

(?) этап становления связей с общественностью как профессии и научной дисциплины

(!) эпоха паблисити и первых пресс-агентов

(?) послевоенная эпоха и начало "эры телевидения"

10. Кто является автором работы «Кристаллизация общественного мнения»?

(!) Э.Бернэйз

(?) Д.Иден

(?) С.Блэк

(?) А.Невинсом

#### Тема 9. Формирование имиджа как одна из задач связей с общественностью

1. К универсальным правилам написания текстов в сфере связей с общественностью относятся:

(?) Простота предложений

(?) Простые слова

(?) Убедительность

(?) Естественность стиля

(?) Только 1 и 3

(!) Все перечисленное выше

(?) Ничего из перечисленного

2. К маркетинговым public relations относят:



(!) Акция «Каждая женщина должна быть чистой». Участвуют женщины любого возраста. Им предлагается прислать четыре этикетки от чистящих средств «Чистюля +» и две фотографии «до и после» уборки, чистки кафеля, посуды, ванн, раковин

(?) Акция «Город Чистюль». Бесплатно раздать чистящие средства всем жилищно-коммунальным хозяйствам и организовать городской субботник под девизом «Город Чистюль» с использованием этого средства для мытья улиц, домов, остановок общественного транспорта и т.п.

(?) Изготовить видеоролик, в котором будет сделан акцент на преимуществах «Чистюли +»

3. В чем заключается цель рекламной кампании в связях с общественностью?

(?) в росте объемов продаж

(!) в создании комфортного климата общения с потенциальными покупателями и партнерами

(?) в увеличении точек продаж

(?) в увеличении числа информированных покупателей о новом товаре (услуге)

4. Выберите правильные определения имиджа. Итак, имидж, это:

(?) образ потребности, создаваемый художественными средствами

(?) относительно устойчивое представление о каком-либо объекте

(?) достаточно свободное образование, но основывающееся на требованиях, выдвигаемых аудиторией

(?) верны только 2 и 3

(?) верны только 1 и 2

(!) все понятия верны

5. План по созданию имиджа состоит из 4 основных частей: создания фундамента, внешнего имиджа, внутреннего имиджа и неосознанного имиджа. Для каждого элемента плана по созданию имиджа можно выделить свои ключевые моменты. Какие элементы из ниже перечисленных не относят к внутреннему имиджу?

(?) Финансовое планирование

(?) Кадровая политика компании

(?) Ориентация и тренинга сотрудников

(!) Связи с инвесторами

(?) Программа поощрения сотрудников

6. По данным какого ученого, информация в процессе коммуникации передается словами лишь на 7%, характером звучания и интонацией - на 38%/ и остальные 55% информации передаются невербальными средствами - жестами рук и ног, мимикой лица говорящего, его внешним видом и окружением.

(?) Э. Бернэиз

(!) А Пиз

(?) С.Блэк

(?) Д.Иден

7. На центральные, региональные, местные газеты различаются:

(?) по периодичности выхода

(!) по масштабам

(?) по профилю

8. Информационное агентство, имеющее более 80 бюро в различных странах мира и более 140 бюро в США, обслуживающее более 15 тысяч клиентов во всем мире, это:

(!) Associated Press

(?) United Press International

(?) Reuters Holdings

9. На каком этапе развития связей с общественностью в США стали использовать флаг как символ предвыборной кампании?

(?) этап формирования связей с общественностью в США

(?) этап становления связей с общественностью как профессии и научной дисциплины

(!) эпоха паблисити и первых пресс-агентов

(?) послевоенная эпоха и начало "эры телевидения"

10. Какой этап развития паблик рилейшинз в США называют еще "эпохой разгребателей грязи"?

(?) этап формирования связей с общественностью в США

(!) этап становления связей с общественностью как профессии и научной дисциплины

(?) эпоха паблисити и первых пресс-агентов

(?) послевоенная эпоха и начало "эры телевидения"

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

#### Типовые вопросы зачета (ПК-1)

1. Связи с общественностью (PR) как наука. Связи с общественностью в системе других наук
2. История становления науки о связях с общественностью
3. Развитие «паблик рилейшнз» в США
4. Основные этапы развития связей с общественностью в России
5. Качественный и количественный анализ в связях с общественностью

#### Типовые задания для зачета (ПК-1)

1. Что такое массовое общество?
2. Какова роль стереотипов в связях с общественностью?
3. В чем различия целевых групп общественности для различных организаций?
4. Каковы критерии оценки эффективности PR?
5. Социальные сети и блоги: являются ли они СМИ?

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-1	Грамотно и самостоятельно проводит фундаментальные и/или прикладные исследования социального института образования, других социальных институтов, общностей, процессов, общественного мнения
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-1	С ошибками умеет проводить фундаментальные и/или прикладные исследования социального института образования, других социальных институтов, общностей, процессов, общественного мнения

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

## 5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

## 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

## 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Основная литература:**

1. Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. Связи с общественностью : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 337 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/469810>
2. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 173 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

### **6.2 Дополнительная литература:**

1. Перминова, М. С. Социология общественных связей и отношений : практикум. - Весь срок охраны авторского права; Социология общественных связей и отношений. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 103 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/54158.html>
2. Алексеев-Апраксин, А. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие. - 2031-02-04; Теория и практика связей с общественностью. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. - 120 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/102976.html>
3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум. - Весь срок охраны авторского права; Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисн. - Саратов: Вузовское образование, 2020. - 127 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/96768.html>
4. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 223 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/453642>
5. Хамаганова, К. В. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие. - 2031-02-04; Теория и практика связей с общественностью. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. - 186 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/102682.html>
6. Прохоров А. В., Пядышева Т. Г., Маликова Т. О. Связи с общественностью в различных сферах : учеб. пособие. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2015. - 217, [1] с.: ил., табл.

7. Асатрян С. С. Социология коммуникации : практикум. - Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. - 98 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483761>
8. Чамкин А.С. Социология коммуникации : учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 295 с.

### 6.3 Иные источники:

1. "Журнал социологии и социальной антропологии" - <http://www.jourssa.ru/?q=en/about>
2. <http://www.jstor.org/action/showPublication?journalCode=amerjsoci> – American Journal of Sociology - <http://www.jstor.org/action/showPublication?journalCode=amerjsoc>
3. альманах Социологос - <http://sociologos.net/>
4. Журнал «Социологические исследования» - <http://socis.isras.ru/>
5. Портал по социологии, экономике и менеджменту - [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
6. <http://rin.ru> – российская информационная сеть: Наука и образования, социология, персоналии. - <http://rin.ru>
7. сайт Российского социологического общества - <http://www.ssa-rss.ru/>
8. Социология по-новому. Проект Socioline - <https://socioline.ru/>
9. <http://www.sociology.ru/> – центр социологического образования Института социологии РАН - <http://www.sociology.ru/>
10. Электронная библиотека социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова - <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
11. Электронная версия «Социологического журнала», издаваемого Российской академией наук Институт социологии РАН - [www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm](http://www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm)
12. Журнал «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» - <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring>
13. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru)
14. Официальный сайт Фонда общественного мнения - [www.fom.ru](http://www.fom.ru)
15. Официальный сайт российского холдинга Ромир, специализирующегося на исследованиях различных рынков и сфер жизни общества - [www.romir.ru](http://www.romir.ru)
16. Исследовательская группа «Циркон» - [www.zircon.ru](http://www.zircon.ru)
17. Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр» - [www.levada.ru](http://www.levada.ru)

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных 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.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

ABBYY FineReader 8.0 Professional Edition

Adobe Acrobat 8.0 Standart Russian Version Win Full Educ

Google Chrome Google Inc. 12.09.2014 49.0.2623.112

Microsoft Windows 10

Opera

Total Commander

Операционная система "Альт Образование"

Mozilla Firefox

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
5. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
6. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: <https://www.rsl.ru>
7. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
8. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
9. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
10. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/>
11. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных. – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
12. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: <https://www.springeropen.com>
13. Scopus: база данных. – URL: <https://www.scopus.com>

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.