

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО
К УТВЕРЖДЕНИЮ
Декан факультета магистерской подготовки

Р.К. Ашуралиева

21.09 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
Председатель методического
совета ДГТУ

Н.С. Суракатов

14.10 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина М1.В.ДВ.7 – Управление общественными отношениями
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС

для направления 38.04.04 - «Государственное и муниципальное управление»
шифр и полное наименование направления (специальности)

по магистерской программе «Государственное и муниципальное управление»

факультет Магистерской подготовки
наименование факультета, где ведется дисциплина

кафедра Государственное и муниципальное управление
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Квалификация выпускника (степень) Магистр

Форма обучения Очная, курс 2 семестр 3
очная, заочная, др.

Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 4 ЗЕТ (144 ч.)

лекции 17 (час); экзамен -;
(семестр)

практические (семинарские) занятия 34 (час); зачет 3
(семестр)

лабораторные занятия - (час); самостоятельная работа 93 (час);

курсовой проект (работа, РГР) - (семестр).

Зав.кафедрой М.М. Шабанова
подпись ИОФ

Начальник УО Э.В. Магомаева
подпись ИОФ

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **38.04.04 - «Государственное и муниципальное управление»**.

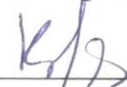
Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от **19.09.2018** г., протокол № **1**.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению  М.М.Шабанова
подпись ИОФ

ОДОБРЕНО:
Методической комиссией
по укрупненным группам специальностей и направлений подготовки
38.00.00.

«Экономика и управление»
шифр и полное наименование направления

Председатель МК

 Ж.Н. Казиева
подпись ИОФ
20.09 2018

АВТОР ПРОГРАММЫ:

С.А. Айдаева, к.э.н., доцент
ИОФ, уч. степень, уч. звание,


подпись

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление общественными отношениями»

В процессе изучения курса «Управление общественными отношениями» рассматриваются исторические, правовые, организационно методические и практические основы организации управления общественными отношениями в Российской Федерации. Предназначается для обучающихся по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление». Данный курс должен ознакомить обучающихся с ПР – менеджментом, историей становления и современным состоянием теории и практики управления по формированию связей с общественностью; методов переговоров и другими ПР – технологиями.

Целью курса Управление общественными отношениями является ознакомление с основными методами и методиками ПР в различных сферах общественной жизни.

Управление общественными отношениями, как учебная дисциплина в системе подготовки менеджеров государственного и муниципального управления связана с такими дисциплинами как теория управления, исследование социально-экономических и политических процессов и т.д.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ООП ВО

«Управление общественными отношениями» М1.В.ДВ.7 является дисциплиной по выбору и входит в вариативную часть базового цикла основной образовательной программы. Для освоения дисциплины «Управление общественными отношениями» обучающиеся используют знания и умения, сформированные в ходе изучения таких предметов как Информационно-аналитические технологии государственного и муниципального управления», «Управление в социальной сфере».

Освоение дисциплины «Управление общественными отношениями» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин цикла и других дисциплин по выбору студента.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения **(ОК-2)**;
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала **(ОК-3)**.
- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач в области профессиональной деятельности **(ОПК-2)**;
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия **(ОПК-3)**.
- владением организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения, в том числе и в кризисных ситуациях **(ПК-2)**;
- способностью планировать и организовывать работу органа публичной власти, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органа публичной власти, осуществлять распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями **(ПК-3)**;
- способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции **(ПК-6)**.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление общественными отношениями»

4.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины. Тема лекции и вопросы	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по срокам аттестаций в семестре). Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		ЛК	ПЗ	СР	
1	Лекция 1 ТЕМА 1 «Паблик рилейшнз: понятие и место в коммуникационных системах» 1. Определения ПР. 2. Основные синонимы ПР.	2	4	15	Входная контрольная работа
2.	Лекция 2 ТЕМА 2: «Роль и место прикладных социологических исследований в ПР - деятельности» 1. Цели проведения исследований. 2. Выборочные социологические исследования 3. Методы сбора информации	2	4	12	Аттестационная контрольная работа №1
3.	Лекция 3 ТЕМА 3 «Информативно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях» 4. Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. 5. Изменение тактики ПР – обеспечения бизнеса в условиях кризиса. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях. 1. ПР – действия в целях управления конфликтами	2	4	12	
4	Лекция 4 ТЕМА 4: «Управление информацией и конструирование новостей» 1. СМИ как медиа – политическая система. 2. Технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления информацией. 3. Приемы создания и усиления новостей. 4. Основной и дополнительный «вес» новости.	2	4	10	Аттестационная контрольная работа №2
5	Лекция 5 ТЕМА 5 «Формы подачи информационно-новостных материалов» 1. Особенности ПР – текстов и общие требования к их подготовке. 2. Материалы для непосредственной публикации. 3. Материалы для распространения в процессе организации проведения новостных событий. 4. Новостные ПР - мероприятия.	2	4	10	
6	Лекция 6 ТЕМА 6: «ПР как способ повышения инвестицион-	2	4	12	Аттестационная контрольная работа

	ной привлекательности» 1. Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты. 2. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента и сопутствующие им материалы. 3. Инвестиционная привлекательность региона.				№3
7	Лекция 7 ТЕМА 7: «Социальные кампании» 1. Определение понятий спонсоринг и фанд-рейзинг. 2. Преимущества спонсоринга. 3. Фанд-рейзинг – мотивация спонсора. 4. Подготовка документов и моделей в фанд-рейзинге.	2	4	10	
8	Лекция 8 ТЕМА 8: «Место ПР в органах государственной власти» 1. ПР в органах государственной власти. 2. ПР- подразделения в коммерческих структурах. 3. Специализированная ПР- фирма.	3	6	12	
ИТОГО:		17	34	93	

4.2. Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование практического занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	1	ТЕМА 1 «Паблик рилейшнз: понятие и место в коммуникационных системах» Определения ПР. Основные синонимы ПР.	4	1-6
2	2	ТЕМА 2: «Роль и место прикладных социологических исследований в ПР - деятельности» Цели проведения исследований. Выборочные социологические исследования. Методы сбора информации	4	1-6
3	3	ТЕМА 3 □Информативно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях□ Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Изменение тактики ПР – обеспечения бизнеса в условиях кризиса. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях. ПР – действия в целях управления конфликтами	4	1-6
4	4	ТЕМА 4: «Управление информацией и конструирование новостей» СМИ как медиа – политическая система. Технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ. Этапы, логика и механизмы управления информацией. Приемы создания и усиления новостей. Основной и дополнительный «вес» новости.	4	1-6

5	5	ТЕМА 5 «Формы подачи информационно-новостных материалов» Особенности ПР – текстов и общее требования к их подготовке. Материалы для непосредственной публикации. Материалы для распространения в процессе организации проведения новостных событий. Новостные ПР - мероприятия.	4	1-6
6	6	ТЕМА 6: «ПР как способ повышения инвестиционной привлекательности» Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента и сопутствующие им материалы. Инвестиционная привлекательность региона.	4	1-6
7	7	ТЕМА 7: «Социальные кампании» Определение понятий спонсоринг и фанд-рейзинг. Преимущества спонсоринга. Фанд-рейзинг – мотивация спонсора. Подготовка документов и моделей в фанд-рейзинге.	4	1-6
8	8	ТЕМА 8: «Место ПР в органах государственной власти» ПР в органах государственной власти. ПР- подразделения в коммерческих структурах. Специализированная ПР- фирма.	6	1-6
Итого:			34	

4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

№ п/п	Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения	Кол- во часов из содержания дисциплины	Рекомендуемая литература и источники информации	Формы контроля СРС
1.	Анализ определений публич рилейшнз. Объективность возникновения ПР-функций и ее реализация в исторической ретроспективе	9	1-6	Доклад
2.	Место ПР в различных коммуникационных системах. Исследования как составная часть построения гармоничных связей с общественностью. Повторные мониторинговые исследования	9	1-6	Реферат
3.	Понятие корпорации и корпоративного позиционирования. Корпоративные коммуникации и окружающее пространство: комплексные решения и органичные сочетания	9	1-6	Доклад
4.	Медиа - планирование в системе публич рилейшнз. ПР – консультанты. Внутренний отдел ПР или внешний консалтинг. Организация ПР - консалтинговых структур	9	1-6	Реферат
5.	Международные новостные медиа и роль прессы в каждой стране. Организация издательских домов: редакционные материалы и рекламная направленность. Внутрифирменные издания и их типы	9	1-6	Доклад
6.	Аудиовизуальные наглядные пособия: общие вопросы. Анализ основных результатов ПР –	9	1-6	Доклад

	деятельности. Основные методы оценивания ПР – деятельности.			
7.	Роль этики в ПР. Кодексы правил профессионального поведения. Цели и задачи коммуникаций с внутренним общением	9	1-6	деловая игра
8.	Типы спонсорства в ПР. Выгоды спонсорства и его причины. Основные сферы спонсорства	9	1-6	Реферат
9.	Международный ПР. Методы экспортного ПР и его достижения. Анализ существующих зарубежных медиа	9	1-6	Реферат
10.	Маркетинговые исследования для ПР - специалиста. Типы маркетинговых исследований и приемов ПР	9	1-6	Реферат
	ИТОГО:	90		

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Изучение дисциплины «Управление общественными отношениями» предусматривает чтение лекций, проведение семинарских занятий и самостоятельную работу студентов.

5.1. При чтении лекционного материала используются современные технологии проведения занятий, основанные на использование интерактивной доски, обеспечивающей наглядное представление лекционного и методического материала. При составлении лекционного материала используется пакет прикладных программ презентаций MS PowerPoint. Использование данной технологии обеспечивает наглядность излагаемого материала, экономит время затрачиваемое преподавателем на построение рисунков, таблиц, графиков.

5.2. При проведении практических занятий используются пакеты прикладных программ Microsoft Office 2010 (MSWord, MS Excel), Internet Explorer, Firefox. Данные программы позволяют изучить возможности создания электронных документов, таблиц, рисунков, использовать в коммерческих целях информацию глобальной среды Интернет.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они составляют 50% аудиторных занятий или 8 ч. На практических занятиях будут применяться эвристические методы обучения, игровое проектирование, вживание в роль, учебные дискуссии по конкретным ситуациям.

Лекции проводятся с применением интерактивных технологий, с демонстрацией презентационных материалов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Управление общественными отношениями»

6.1. ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов контрольной работы

1. Методы управления
2. Принципы управления.
3. Понятие управления персоналом.
4. Стиль руководства.
5. Этика деловых отношений.

6. Управление в конфликтной ситуации.
7. Межгрупповое поведение.
8. Методы воздействия на личность.
9. Оценка эффективности инвестиций.
10. Этика в управлении.
11. Роль и значение общественного мнения.
12. Современные тенденции и новые факторы экономического развития общества.

6.2. ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов текущих контрольных работ

Контрольная работа №1.

1. Определения ПР.
2. Основные синонимы ПР.
3. Цели проведения исследований.
4. Выборочные социологические исследования.
5. Методы сбора информации
6. Анкетирование
7. Анализ документов
8. Контент-анализ в ПР-деятельности
9. Роль социологических исследований в ПР-деятельности
10. Необходимость ПР-деятельности
11. Корпорации и корпоративное позиционирование
12. Методы организации ПР-деятельности
13. Имидж в ПР
14. Бюджет ПР-деятельности
15. Измерение эффективности ПР-мероприятий

Контрольная работа №2.

1. Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему.
2. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
3. Изменение тактики ПР – обеспечения бизнеса в условиях кризиса.
4. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
5. ПР – действия в целях управления конфликтами
6. Локальные циклы действий в конфликтных ситуациях
7. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях
8. СМИ как медиа – политическая система.
9. Типологические особенности СМИ
10. Уровни медиаполитической системы
11. Медиапланирование
12. Технология производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ.
13. Этапы, логика и механизмы управления информацией.
14. Приемы создания и усиления новостей.
15. Основной и дополнительный «вес» новости.

Контрольная работа №3.

1. Особенности ПР – текстов и общие требования к их подготовке.
2. Материалы для непосредственной публикации.
3. Информационный жанр
4. Аналитический жанр
5. Материалы для распространения в процессе организации проведения новостных событий.
6. Новостные ПР - мероприятия.
7. Организация пресс-конференции
8. Организация пресс-тура

9. Связи с общественностью на фондовом рынке, в реальном секторе экономики и их субъекты.
10. ПР в инвестиционной сфере
11. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента и сопутствующие им материалы.
12. Инвестиционная привлекательность региона.
13. Определение понятий спонсоринг и фанд-рейзинг.
14. Преимущества спонсоринга.
15. Фанд-рейзинг – мотивация спонсора.
16. Подготовка документов и моделей в фанд-рейзинге.

6.3. ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов на зачет

1. Необходимость управления общественными отношениями.
2. Структура управления в сфере общественных отношений.
3. Социальные функции управления общественными отношениями.
4. Основные определения ПР.
5. Понятие и содержание социологического исследования.
6. Программные требования.
7. Типы и виды выборки.
8. Прямое наблюдение.
9. Анализ документов.
10. Фокус-группа.
11. Анкетный опрос
12. Информационно-коммуникативная модель ПР.
13. Роль СМИ в ПР.
14. Управление СМИ.
15. Манипулирование и приоритетная поставка новостей.
16. Методы создания и усиления новости.
17. Основной и дополнительный вес новости.
18. Пресс-конференция.
19. Конференция.
20. Презентация.
21. Пресс-тур.
22. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий.
23. Материалы для СМИ.
24. Служба связи с общественностью: смысл и необходимость.
25. Основные цели службы связи с общественностью применительно к социальным организациям.
26. Кризис как чрезвычайное происшествие.
27. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП.
28. Правила поведения в кризисной ситуации.
29. Версия – ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.
30. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
31. Конфликт и «глюющий кризис».
32. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации.
33. Механизмы управления конфликтами.
34. Базовая информация для инвестора.
35. Рейтинг инвестиционной привлекательности.
36. Вложения в престиж.
37. Спонсоринг и «фанд-рейзинг».
38. Закономерность появления ПР-структур.
39. Место ПР в органах государственной власти.
40. Государственная ПР-служба.
41. ПР-подразделения в крупных государственных структурах.

42. ПР-подразделения в коммерческих структурах.
43. Специализированная ПР – фирма.
44. Технологии оздоровления национального самосознания.
45. Методы ПР в системе муниципальной службы.
46. Подготовка комплекта базовых документов.
47. Пул информационной поддержки.
48. Организация презентации.
49. Информационный модуль на выставке.
50. Организация круглого стола.

6.5. ПЕРЕЧЕНЬ

вопросов для проверки остаточных знаний студентов

1. Понятие и необходимость ПР.
2. Стратегическое планирование в ПР.
3. Конструирование имиджа.
4. Корпоративный кодекс.
5. Необходимость управления СМИ.
6. Формы подачи информационно-новостных материалов.
7. Формы управления кризисными ситуациями.
8. Приемы и механизмы управления конфликтами.
9. Понятие спонсоринг и фанд-рейзинг.
10. Место ПР в органах государственной власти.
11. ПР-структуры в муниципальном управлении.
12. ПР-подразделения в коммерческих структурах.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ» Рекомендуемая литература и источники информации

№№ п/п	Виды заня-тий	Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и доп.) литература, программное обеспечение и Интернет-ресурсы	Автор(ы)	Издательство, год издания	Количество изданий	
					в биб- лиотеке	на каф.
1	2	3	4	5	6	7
Основная						
1.	лк, пз, срс	Взаимодействие власти, бизнеса и общества: учебник	Уколов В.Ф.	М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009г.	10	-
2.	лк, пз, срс	Собственность и власть: учебное пособие	Шамхалов Ф.И.	М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2007г.	10	-
3.	лк, пз, срс	Философия бизнеса: учебное пособие	Шамхалов Ф.И.	М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2010г.	10	-
4.	лк, пз, срс	Философия власти	Шамхалов Ф.И.	М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2010г.	20	-
5.	лк, пз, срс	Управление общественными отношениями: учебное пособие	Халимбеков Х.З., Айдаева С.А.	Махачкала, ИПЦ ДГТУ 2010г.	24	20
6.	лк, пз, срс	Управление общественными отношениями: учебник	Комаровский В.С. [и др.]	М.: РАГС, 2005г.	10	-
Дополнительная						
1.	пз, срс	Теория государственного	Шамхалов Ф.И.	М.: ЗАО Издательство	10	-

		управления		«Экономика», 2002г.		
2.	лк, срс	Социология: теория и методы. Учебник	Шарков Ф. И.	М.: Издательство «Экзамен», 2007г.	2	-
3.	лк, пз, срс	Управление общественными отношениями: курс лекций для студентов спец. ГиМУ. Часть 1.	Айдаева С.А., Халимбеков Х.З., Рамазанова И.Г.	Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2006г.	24	10
4.	лк, пз, срс	Управление общественными отношениями: курс лекций для студентов спец. ГиМУ. Часть II.	Айдаева С.А., Халимбеков Х.З., Гаджиева А.Г.	Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2007г.	24	10
5.	пз, срс	Метод. УК. для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Управление общественными отношениями» для студентов специальности 080504 – ГиМУ	Айдаева С. А., Рамазанова И.Г.	Махачкала: ИПЦ ДГТУ, 2009г.	24	20
Электронные издания						
1.	лк, пз	Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. («Айбукс.ру / ibooks.ru »)	Емельянов С. М.	СПб.: Питер		

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «Управление общественными отношениями»

МТО включает в себя:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучающихся с доступом в сеть Интернет;
- аудитории, оборудованные проекционной техникой.

На факультете магистерской подготовки ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет» имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, а также электронные ресурсы сети Интернет. Мультимедийные проекторы обеспечивают проецирование на большие экраны информации, поступающей из компьютера. Мультимедийный короткофокусный проектор Mitsubishi XD250U-STXGA, 2600 ANSI лм, контраст 2500:1, проекционное соотношение 0,7:1, срок службы лампы до 6000 часов, порт RJ-45, порт HDMI, 2 входа RGB, функция прямого выключения, функция проецирования на стену, функция Color Enhancer, удобная замена лампы (доступ к лампе – в верхней части проектора), функция Audio Mix.

Компьютерный класс оснащен всем необходимым для проведения практических занятий оборудованием. Минимальная конфигурация установленных компьютеров: CPU Intel Pentium Dual-Core E5300 2,6 ГГц/ DDR-II 2Gb/ HDD 160GB SATA-II/ SVGA/ Ethernet/ Audiointegrated/Rinel-Lingo Video1 card/ DVDR CD-R/ ATX корпус/ монитор 19" LCD/ клавиатура/ мышь/ коврик.

На компьютерах предустанавливается ОС Windows XP/Vista/7 и программное обеспечение MSOffice 2010 и др.

Разработанный образовательный комплекс рассчитан на использование персональных ЭВМ типа IBM PC уровня не ниже Pentium 200, 16 Mb RAM в случае выполнения работ на реальной системе, уровня не ниже Pentium III, 96 Mb RAM. Компьютерный зал состоит не менее

чем из 6 компьютеров, оборудованных в виде отдельных рабочих мест, имеющих локальное сетевое соединение с выходом в глобальную сеть Internet.

Обучаемый обладает административными правами в используемой системе. Имеются пакеты прикладных программ, изучаемых согласно содержанию практических занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению и программе подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление» (магистерская программа «Государственное и муниципальное управление»)

Рецензент от выпускающей кафедры (работодателя) по направлению

Н.М. Куршиева

подпись,

ФИО

**Дополнения и изменения
в рабочей программе на 200__ / учебный год**

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____

Внесенные изменения утверждаю

Проректор по учебной работе (декан)

«__» _____ 20__ г. _____

