

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Международная академия бизнеса и управления»

Департамент менеджмента и управления персоналом

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Международной академии бизнеса и
управления

Е.В. Добренькова
«21» марта 2024 г.

ОДОБРЕНО

Ученым советом

Международной академии бизнеса и
управления

(протокол от «14» марта 2024 г. №5)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

**Б1.В.16 Прогнозирование и проектирование в рекламе и связях с
общественностью**

Направление подготовки (специальность):

38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль):

«Управление проектами в рекламе и связях с общественностью»

Уровень (квалификация (степень) выпускника):

Бакалавр

Автор

Кадола Татьяна Александровна – кандидат филологических наук, доцент,
доцент департамента менеджмента и управления персоналом МАБиУ

Ответственный за выпуск

Выпряхкина Ирина Борисовна, руководитель департамента менеджмента и
управления персоналом Международной академии бизнеса и управления,
канд. псих. наук, доцент

Программа одобрена на заседании департамента менеджмента и управления
персоналом (протокол от 07.03.2024 г. № 5)

© Международная академия бизнеса и управления, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины.....
2. Планируемые результаты обучения.....
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....
4. Объем дисциплины.....
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.....
7. Материалы оценивания результатов обучения по дисциплине.....
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и иных источников.....
9. Материально-техническое обеспечение.....

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Прогнозирование и проектирование в рекламе и связях с общественностью» включена в блок «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль: «Управление проектами в рекламе и связях с общественностью». В результате изучения дисциплины «Прогнозирование и проектирование в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся должны получить комплексные знания и практические навыки в области прогнозирования и проектирования, необходимые для ведения рекламной и PR-деятельности организаций.

Целью освоения учебной дисциплины «Прогнозирование и проектирование в рекламе и связях с общественностью» является приобретение обучающимися теоретических знаний, а также практических навыков, необходимых для успешного осуществления рекламной деятельности. Данный курс углубляет и расширяет профессиональные знания обучающихся по профилю подготовки «Управление проектами в рекламе и связях с общественностью».

Задачи дисциплины:

- познакомить учащихся с основными методами прогнозирования и проектирования в рекламе и связях с общественностью;
- сформировать навыки сбора и анализа первичной маркетинговой информации, планирования и организации исследовательских проектов в области рекламы и связей с общественностью;
- обучить современным методам обработки и интерпретации маркетинговой;
- закрепить практические умения анализа ситуаций при решении задач в профессиональных ситуациях.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование результатов обучения, представленных в табл. 2.1.

Таблица 2.1

Результаты обучения, соотнесенные с общими результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения (наименование компетенции)	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1	Способен планировать и организовывать сбор первичной и вторичной маркетинговой информации	ИД-1.ПК-1 Планирует и организует сбор и анализ первичной и вторичной маркетинговой информации для обоснования стратегии рекламной и PR-кампаний.	Знать: – теорию и инструменты прогнозирования и планирования в рекламе и PR. Уметь: – использовать полученные знания в профессиональных ситуациях. Владеть: – навыками прогнозирования и планирования в рекламе и PR.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к блоку «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре по очной форме обучения.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре по очно-заочной форме обучения.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетные единицы (ЗЕ), 144 академических часа.

Таблица 4.1

Распределение объема дисциплины по видам работ
по очной форме обучения.

Виды работ	Всего часов	Часы по семестрам	
		7 семестр	
Контактная (аудиторная) работа обучающихся с преподавателем	54	54	
В том числе:			
Лекции (Л)	16	16	
Семинары (С)	36	36	
Практические занятия (ПЗ)			
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
Самостоятельная работа обучающихся	54	54	
Форма аттестационного испытания промежуточной аттестации		Экзамен (36)	

Таблица 4.2

Распределение объема дисциплины по видам работ
по очно-заочной форме обучения

Виды работ	Всего часов	Часы по семестрам	
		8 семестр	
Контактная (аудиторная) работа обучающихся с преподавателем	26	26	

Виды работ	Всего часов	Часы по семестрам	
		8 семестр	
В том числе:			
Лекции (Л)	8	8	
Семинары (С)	16	16	
Практические занятия (ПЗ)			
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
Самостоятельная работа обучающихся	82	82	
Форма аттестационного испытания промежуточной аттестации		Экзамен (36)	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

5.1. Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

Таблица 5.1

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование раздела/темы	Общая трудоёмкость (ч)	Лекции (ч)		Практ. занятия (ч)		Контроль самостоятельной работы	самостоятельная работа (ч)
			всего	ПП	всего	ПП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
7 СЕМЕСТР								
1	Тема 1. Теоретические основы проектной деятельности в мировой практике	12	2		4			6
2	Тема 2. Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта	14	2		4			8
3	Тема 3. Разработка и управление	12	2		4			6

	институциональными подсистемами проекта							
4	Тема 4. Разработка плана-графика проекта	12	2		4			6
5	Тема 5. Анализ жизненного цикла рекламного проекта	12	2		4			6
6	Тема 6. Анализ жизненного цикла PR-проекта	12	2		4			6
7	Тема 7. Презентация проекта как средство демонстрации жизнедеятельности проекта	14	2		6			6
8	Тема 8. Методология ведения консалтингового проекта	18	2		6		2	8
9	Форма аттестационного испытания промежуточной аттестации	36	Экзамен					
10	Итого в семестре	144	16		36		2	54

Таблица 5.2

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий
(очно-заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование раздела/темы	Общая трудоёмкость (ч)	Лекции (ч)		Практ. занятия (ч)		Контроль самостоятельной работы	самостоятельная работа (ч)
			все го	ПП	все го	ПП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8 СЕМЕСТР								
1	Тема 1. Теоретические основы проектной деятельности в мировой практике	14	2		2			10
2	Тема 2. Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта	14	2		2			10

3	Тема 3. Разработка и управление институциональными подсистемами проекта	14	2		2			10
4	Тема 4. Разработка плана-графика проекта	12			2			10
5	Тема 5. Анализ жизненного цикла рекламного проекта	12			2			10
6	Тема 6. Анализ жизненного цикла PR-проекта	12			2			10
7	Тема 7. Презентация проекта как средство демонстрации жизнедеятельности проекта	12			2			10
8	Тема 8. Методология ведения консалтингового проекта	18	2		2		2	12
9	Форма аттестационного испытания промежуточной аттестации	36	Экзамен					
10	Итого в семестре	144	8		16		2	82

5.2. Содержание дисциплины и рекомендации по изучению тем

Тема 1

Теоретические основы проектной деятельности в мировой практике

Вопросы для обсуждения:

1. Определение проекта. Его основные характеристики и измерения.
2. Элементы проектной деятельности.
3. Классификация проектов.

Задания:

1. Проанализируйте понятие «проект» и подготовьте эссе на тему «Основные характеристики и измерения проекта» используя методический материал.
2. Проанализируйте исторический и современный опыт мировой и отечественной практики в области проектирования в рекламе и связях с общественностью.
3. Выделите сильные и слабые стороны выбранных вами для анализа кейсов.
4. Дайте свое определение понятия проекта
5. Перечислите признаки проекта как вида деятельности (ограниченность во времени, уникальность, другие признаки).

Тема 2

Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта

Вопросы для обсуждения:

1. Методология и методика предпроектного анализа.
2. Управление содержанием проекта.
3. Управление ресурсами проекта.

Задания:

1. Проанализируйте классификацию проектов.
2. Продумайте концепцию разработки индивидуального проекта в области рекламы или связей с общественностью.
3. Представьте, каким может быть ваш проект в соответствии с классификацией.

Тема 3

Разработка и управление институциональными подсистемами проекта

Вопросы для обсуждения:

1. Управление временем проекта.
2. Управление командой проекта.
3. Управление коммуникациями проекта.

Задания:

1. Проанализируйте проблемную ситуацию, которая будет решаться в процессе реализации проекта. Используйте техники: мозговой штурм, метод Дельфи, SMART-тест, SWOT-анализ и др.
2. Разработайте структуру проекта.
3. Заполните таблицу № 1 «Структура проекта».

Структура проекта

Таблица 1

Разделы	Описание
Название	
Проблематизация	
Исследование объекта и предмета проекта	
Идея-концепция проекта	
Цель проекта	
Задачи	
Целевая аудитория	
Риски	
Команда проекта (схема управления проектом)	
План-график проекта (диаграмма Ганта)	
Технологии реализации проекта	
Бюджет проекта	

Медиаплан	
Оценка эффективности	
Приложение	

4. Разработайте матрицу ответственности проекта

Тема 4 **Разработка плана-графика проекта**

Вопросы для обсуждения и задания:

1. Разработайте календарный план проекта.
2. Разработайте диаграмму Ганта.
3. Разработайте медиаплан проекта.
4. Разработайте план по вехам проекта и отразите его в таблице № 2.

Таблица 2

<i>Вехи (события, связанные с достижением крупных результатов, например в конце фаз проекта принятие важных решений)</i>	<i>Ожидаемые даты достижения вехи</i>

5. Разработайте паспорт проектной идеи.

Тема 5 **Анализ жизненного цикла рекламного проекта**

Вопросы для обсуждения:

1. Планирование рекламной кампании: выбор объекта, цели, задачи, этапы.
2. Рекламная идея: методы разработки и связь с целевой аудиторией.
3. Связь рекламной деятельности с этапами жизненного цикла товара.
4. Задачи медиапланирования в рекламном проекте. Контроль и оценка их эффективности.

Задания:

1. Разработайте концепцию рекламной кампании в рамках реализации проекта.
2. Подготовьте презентацию.

Тема 6 **Анализ жизненного цикла PR-проекта**

Вопросы для обсуждения:

1. Разработайте концепцию PR-проекта.
2. Разработайте этапы реализации PR-проекта.
3. Разработайте PR-кампанию.

Тема 7

Презентация проекта как средство демонстрации жизнедеятельности проекта

Вопросы для обсуждения:

1. Алгоритм процесса подготовки презентации
2. Разработка содержания и структуры презентации проекта.
3. Презентация проекта.

Тема 8

Методология ведения консалтингового проекта

Вопросы для обсуждения:

1. Управленческий консалтинг как услуга и отрасль
2. Типовая структура консалтинговых проектов
3. Распределение ролей и ответственности в консалтинговых проектах
4. Базовые методологии и инструменты управленческого консалтинга:
 - PEST(EL)-анализ
 - Модель 5 рыночных сил Портера
 - SWOT-анализ
 - 2D-оценка рисков
 - Цепочка создания стоимости/ценности (Value chain)
 - Матрица распределения ответственностей (RACI)

Рекомендации по выполнению заданий для самостоятельной работы и подготовке к практическому занятию

При подготовке к практическим занятиям, руководствуясь планом и списком рекомендуемой литературы, необходимо изучить тему так, чтобы по каждому из предложенных вопросов обучающийся мог дать развернутый, обстоятельный ответ.

Последующая практическая подготовка предусматривает обсуждение вопросов, выносимых на практические занятия.

При выборе учебника или учебного пособия следует исходить из того, учтены ли в нем требования федерального государственного стандарта высшего образования. Предпочтение отдается тем изданиям, в аннотации к которым прямо указано, что они написаны в соответствии с этим документом.

Основными методами интенсификации, индивидуализации и активизации аудитории являются: дискуссии по разбору конкретных ситуаций, обсуждение проблемных вопросов, индивидуальные задания и др.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Положение об организации и проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.
2. Положение о балльной системе оценки успеваемости обучающихся МАБиУ.
3. Руководство по оформлению рукописных учебных и научных работ, рукописей печатных изданий МАБиУ.
4. Методические указания по выполнению контрольных работ.
5. Положение о самостоятельной работе обучающихся в МАБиУ.
6. Презентационный материал.

7. МАТЕРИАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Показатели, критерии и шкалы оценивания компетенций

Оценка результатов обучения и уровня сформированности компетенций проводится в ходе мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием фондов оценочных средств и с применением балльной системы оценки успеваемости обучающихся.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с локальным нормативным актом Академии.

Таблица 7.1

***Соотношение показателей и критериев оценивания компетенций
со шкалой оценивания
(форма промежуточной аттестации – зачёт)***

Показатели компетенции (ий) (дескрипторы)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (баллы)
знать: (соответствует табл. 1)	Показывает полные и глубокие знания, логично и аргументированно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные,	90–100 баллов

Показатели компетенции (ий) (дескрипторы)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (баллы)
	показывает высокий уровень теоретических знаний	
	Показывает глубокие знания, грамотно излагает, достаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности	76–89 баллов
	Показывает достаточные, но не глубокие знания, при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы	60–75 баллов
	Показывает недостаточные знания, не способен аргументированно и последовательно излагать материал, допускает грубые ошибки, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом	менее 60 баллов
уметь: (соответствует табл.1)	Умеет применять полученные знания для решения практических задач, способен предложить альтернативные решения анализируемых проблем, формулировать выводы	90–100 баллов
	Умеет применять полученные знания для решения практических задач, способен формулировать выводы, но не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем	76–89 баллов
	При решении практических задач возникают затруднения	60–75 баллов
	Не может решать практические задачи	менее 60 баллов
владеть: (соответствует табл.1)	Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, способен оценить результат своей деятельности	90–100 баллов

Показатели компетенции (ий) (дескрипторы)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (баллы)
	Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, затрудняется оценить результат своей деятельности	76–89 баллов
	Показывает слабые навыки, необходимые для профессиональной деятельности	60–75 баллов
	Отсутствие навыков	менее 60 баллов

Результатом промежуточной аттестации является сумма баллов, набранных во время ответа обучающегося на теоретические и практические вопросы. Перевод набранных баллов в традиционную оценку и определение уровня сформированности компетенций осуществляется в соответствии с табл. 7.2.

Таблица 7.2

Порядок перевода баллов в оценку и определение уровня сформированности компетенции

Уровень сформированности компетенции (элемента компетенции)	Количество набранных баллов	Оценка	
		высокий	90–100
повышенный	76–89 баллов	хорошо	
пороговый	60–75 баллов	удовлетворительно	
не сформирован	менее 60 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

7.2. Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Определение проекта. Его основные характеристики и измерения.
2. Классификация проектов.
3. Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта.
4. Методология и методика предпроектного анализа.
5. Управление содержанием проекта.
6. Управление ресурсами проекта.
7. Разработка и управление институциональными подсистемами проекта: временем проекта, командой проекта, коммуникациями проекта.
8. Структура проекта: разработка плана-графика проекта, календарного плана, диаграммы Ганта, медиаплана проекта, плана по вехам проекта, паспорта проектной идеи.

9. Понятие жизненного цикла рекламного проекта: планирование рекламной кампании, методы разработки рекламной идеи и связь с целевой аудиторией, связь рекламной деятельности с этапами жизненного цикла товара, контроль и оценка эффективности.
10. Презентация проекта как средство демонстрации жизнедеятельности проекта: алгоритм процесса подготовки презентации, разработка содержания и структуры презентации проекта, презентация проекта.
11. Типовая структура консалтинговых проектов.
12. Распределение ролей и ответственности в консалтинговых проектах
13. Базовые методологии и инструменты управленческого консалтинга: PEST(EL)-анализ, модель 5 рыночных сил Портера, SWOT-анализ, 2D-оценка рисков.
14. Цепочка создания стоимости/ценности (Value chain), матрица распределения ответственностей (RACI).
15. Общие рекомендации по составлению бизнес-плана инвестиционного проекта.
16. Оценка рисков и оценка эффективности проекта: процедуры оценки проектного риска (Метод Монте-Карло), способы снижения рисков проекта.
17. Разработка бюджета расходов проекта: этапы составления сметы, составление смет на основе видов деятельности.
18. Разработка бюджета рекламной кампании: распределение средств бюджета, механизмы контроля, используемые повсеместно.

7.3. Примерные практические (ситуационные) задания

Проект «Бизнес-план инвестиционного проекта»

1. Структура и содержание разделов бизнес-плана.
2. Общие рекомендации по составлению бизнес-плана.
3. Оценка рисков и оценка эффективности проекта.
 - Процедуры оценки проектного риска (Метод Монте-Карло).
 - Способы снижения рисков проекта.
4. Разработка бюджета расходов проекта.
 - Этапы составления сметы.
 - Составление смет на основе видов деятельности.
5. Разработка бюджета рекламной кампании.
 - Распределение средств бюджета.
 - Механизмы контроля, используемые повсеместно.

Задания:

1. Разработайте смету затрат проекта.
2. Проведите оценку сметы затрат проекта.

3. У компании появилась возможность получить контракт на производство специального компонента. Для изготовления этого компонента на оборудовании X требуется 100 часов. Оборудование X работает на полную мощность, выпуская продукт А, и единственный способ, при котором новый контракт может быть выполнен, - это сокращение выпуска продукта А. Это означает потерю поступлений в \$200. Новый контракт также связан с дополнительными переменными издержками в \$1000. Каким образом должна поступить компания? Какой должна быть цена контракта?

4. Команда проекта получила одобренный заказчиком запрос на изменение. Ранее команда оценила затраты на реализацию этого изменения в \$10,000. Заказчик согласен заплатить эту сумму за дополнительную работу. Он знает, что есть 50% вероятности, что это изменение работать не будет и впоследствии будет убрано. Какое изменение следует сделать в бюджете, если только его нужно делать вообще?

- Бюджет проекта не следует увеличивать
- Бюджет проекта следует увеличить на \$ 15,000
- Бюджет проекта следует увеличить на \$ 10,000
- Бюджет проекта следует увеличить на \$ 5,000

7.5. Применение балльной системы для проведения мероприятий текущего контроля

Таблица 7.3

Применение балльной системы для проверки результатов обучения (очная форма обучения)

Номер темы	Формы текущего контроля студентов	Баллы по видам работ
Тема 1	Опрос	5
Тема 1	Практикум	5
Тема 2	Опрос	5
Тема 2	Практикум	5
Тема 3	Опрос	5
Тема 3	Практикум	5
Тема 4	Опрос	5
Тема 4	Практикум	5
Тема 5	Опрос	5

Номер темы	Формы текущего контроля студентов	Баллы по видам работ
Тема 5	Практикум	5
Тема 6	Опрос	5
Тема 6	Практикум	5
Тема 7	Опрос	5
Тема 7	Практикум	5
Тема 8	Опрос	5
Тема 8	Практикум	5
Тема 8	Контрольная точка	20

Таблица 7.4

**Применение балльной системы для проверки результатов обучения
(очно-заочная форма обучения)**

Номер раздела/темы	Формы текущего контроля обучающихся	Баллы по видам работ, выполняемым студентами
Тема 8	Контрольная работа	100

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНЫХ ИСТОЧНИКОВ

8.1. Основная учебная литература

1. Герасимова, Г.И. Научно-исследовательская работа в связях с общественностью : учебное пособие : [16+] / Г.И. Герасимова ; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень : Тюменский индустриальный университет, 2020. – 85 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610847>
2. Младковская, Е.А. Проектирование в рекламе и связях с общественностью : учебное пособие / Е.А. Младковская. – М.: МАБиУ, 2015. – 128 с.

8.2. Дополнительная учебная литература

1. Лукаш, А.В. Рабочая тетрадь для студентов по курсу «Связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности» : [16+] / А.В. Лукаш, Т.В. Чарикова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 97 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500387>

2. Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – Ч. 2. Практикум. – 751 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838>
3. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>
4. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – Москва : Юнити, 2015. – 492 с. : табл., граф., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785>

8.3 Иные источники (нормативно-правовые акты)

1. Конституция РФ, 1993 год.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015).
3. Федеральный закон от 09.02.2009 N 8-ФЗ (ред. от 04.11.2014, с изм. от 01.12.2014) «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».
4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных»
5. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
6. Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 14.10.2014) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
7. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 (ред. от 21.12.2013) «О государственной тайне».
8. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 24.11.2014) «О средствах массовой информации».

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

9.1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн», из внутренней сети Академии
2. [http:// www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru) – Официальный интернет-портал правовой информации
3. [http:// www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс»

9.2. Программное обеспечение

Для освоения результатов обучения дисциплины применяется лицензионное программное обеспечение, позволяющее использовать:

- ААТ, ТИК на практических занятиях;
- мультимедийное оборудование преподавателям для представления лекций и студентами на практических занятиях;
- системы на базе мультимедиа-технологий, построенные с использованием персональных компьютеров и видеотехники, компьютерные обучающие системы и электронные тренажеры, виртуальные лаборатории и практикумы и т.п.).

9.3. Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

- портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru>.)
- справочно-правовая система «Консультант плюс».

9.4. Материально-техническая база

- лекционные аудитории и аудитории для проведения занятий семинарского типа, оснащенные мультимедийным оборудованием (проекторы, экраны, плазменные панели), обеспечивающие реализацию программы;
- по всему лекционному материалу имеются наборы слайдов в виде презентаций;
- для работы со специализированным программным обеспечением имеются компьютерные классы и другие материально-технические ресурсы;
- другие материально-технические ресурсы.