

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Основы связей с общественностью»** для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:
доцент кафедры журналистики,
канд. хим. наук, ст. научн.сотр.

В.П. Безродный

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4.
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. ком., доц.
14.04.2026 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Введение в специальность, Теория журналистики.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

дисциплины: Организация PR-мероприятий, Технологии связей с общественностью в сфере государственного управления, Технологии PR в сфере политики, Технологии PR в сфере шоу-бизнеса, Технологии связей с общественностью в управлении кризисными ситуациями.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД1. Основы связей с общественностью
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	1	34	—	17	93	144	экзамен
Заочная	1	1	6	—	4	134	144	экзамен

3. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Получение базовых знаний в области теоретических основ связей с общественностью, истории и перспектив, технологий, регулирования этой сферы деятельности; понимание целей.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	ПК-1.1.1. Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.1.2. Умеет выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.1.3. Владеет навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ПК-1.2.1. Знает методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий ПК-1.2.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.2.3. Владеет навыком реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ПК-1.3.1. Знает технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПК-1.3.2. Умеет ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами

		массовой информации ПК-1.3.3. Владеет навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, поддержки коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации
--	--	--

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Основы связей с общественностью	
Тема 1. Введение.	1.1.Понятие связей с общественностью. 1.2.PR как соединение науки и искусства, технологий и менеджмента. 1.3.Значение и содержание связей с общественностью.
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2.1.Вербальные и невербальные способы коммуникации в сфере связей с общественностью. 2.2.Публичные выступления как важнейший элемент коммуникации. 2.3.Правила составления текстов для выступлений.
Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ	
Тема 3. Общие правила работы со СМИ	3.1.Основные правила взаимодействия PR со СМИ. 3.2.Интервью как важнейший жанр в работе PR со СМИ. 3.3.Мониторинг СМИ.
Тема 4. Работа с прессой	4.1.Материалы PR для прессы. 4.2.Пресс-релизы. 4.3.Пресс-конференции. 4.4.Мероприятия с участием журналистов. 4.5.Медиа-карта.
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	5.1.Взаимодействие PR с радио- и телевидением. 5.2.Телеинтервью. 5.3.Социальная реклама. 5.4.Видеоконференции. 5.5.Подготовка видеосюжетов, фильмов.
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	6.1.Основные направления работы PR в интернете: массовая коммуникация, взаимоотношения с группами, отношения со СМИ. 6.2.Веб-сайт. 6.3.PR-мероприятия он-лайн.
Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения	
Тема 7. Отношения с потребителями	7.1.Цели отношений с потребителями. 7.2.Продвижение товаров и услуг. 7.3.Особенности работы PR в продвижении «новых» и «старых» товаров и услуг. 7.4.Товары и услуги массового и индустриального назначения. 7.5.Работа с рекламациями.
Тема 8. Отношения с	8.1.Причины необходимости усиления работы PR с персоналом в

персоналом	компаний. 8.2.Обеспечение коммуникаций в компании. 8.3.Средства внутриорганизационных коммуникаций.
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	9.1.Цели и задачи взаимодействия PR с государственными и местными органами власти. 9.2.Лоббирование интересов.
Тема 10. Отношения с инвесторами	10.1.Цели и задачи взаимодействия PR с инвесторами. 10.2.Планирование взаимоотношений с инвесторами. 10.3.Виды информации для инвесторов.
Раздел 4. Комплексные мероприятия	
Тема 11. Формирование имиджа	11.1.Понятие имиджа. 11.2.Управление формированием имиджа. 11.3.Корпоративный имидж.
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий.	12.1.Организация и проведение открытий, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов. 12.2.Выставки и ярмарки. Цели участия в выставках. Организация участия в выставке. Формирование экспозиций.
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	13.1.Кризисный менеджмент. 13.2.Управление кризисом и роль PR. 13.3.Коммуникации в кризисной ситуации.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1.Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Основы связей с общественностью	4	-	2	15	21
Тема 1. Введение	2	-	1	8	11
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	2	-	1	7	10
Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ	14	-	7	30	51
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	4	-	2	8	14
Тема 4. Работа с прессой	4	-	2	8	14
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	4	-	2	8	14
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	2	-	1	6	9
Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения	6	-	4	16	26
Тема 7. Отношения с потребителями	2	-	1	4	7
Тема 8. Отношения с персоналом	2	-	1	4	7
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	1	-	1	4	6
Тема 10. Отношения с инвесторами	1	-	1	4	6
Раздел 4. Комплексные мероприятия	10	-	4	32	46

Тема 11. Формирование имиджа	2	-	1	6	9
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий	6	-	2	20	28
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	2	-	1	6	8
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	34	-	17	93	144

6.2. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Основы связей с общественностью	0,5	-	0,5	15	16
Тема 1. Введение	0,25	-	0,25	7,5	8
Тема 2. Коммуникации в сфере связей с общественностью	0,25	-	0,25	7,5	8
Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ	2	-	1,75	52	55,75
Тема 3. Общие правила работы со средствами массовой информации	0,5	-	0,25	15	15,75
Тема 4. Работа с прессой	0,5	-	0,5	15	16
Тема 5. Особенности работы с радио и телевидением	0,5	-	0,5	15	16
Тема 6. Связи с общественностью и интернет	0,5	-	0,5	7	8
Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения	2	-	1	28	31
Тема 7. Отношения с потребителями	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 8. Отношения с персоналом	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 9. Отношения с государственными и местными органами власти	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 10. Отношения с инвесторами	0,5	-	0,25	7	7,75
Раздел 4. Комплексные мероприятия	1,5	-	0,75	39	41,25
Тема 11. Формирование имиджа	0,5	-	0,25	7	7,75
Тема 12. Организация и проведение специальных мероприятий	0,5	-	0,25	25	25,75
Тема 13. Участие PR в управлении кризисом	0,5	-	0,25	7	7,75
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	6	-	4	134	144

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Основы связей с общественностью

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью. Сформулируйте цели, задачи и содержание работы ПР-служб.
2. В чем состоит суть манипулятивной модели Дж. Грюнига? Укажите основные ее характеристики.

3. В чем суть модели информирования общества (журналистской) Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.

4. В чем суть двусторонней асимметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.

5. В чем суть двусторонней симметричной модели Дж. Грюнига? Укажите ее основные характеристики.

Раздел 2. Взаимодействие PR с различными СМИ

6. Какие способы коммуникации используют PR-службы? Что такое вербальные и невербальные способы коммуникации?

7. Публичные выступления как важнейшая форма коммуникации в работе PR. Каковы их цели, особенности и правила подготовки.

8. Укажите основные правила подготовки текстовых материалов в сфере связей с общественностью. Каковы отличия текстов для устных выступлений и письменных материалов?

9. Охарактеризуйте общие правила взаимоотношений PR со СМИ.

10. Охарактеризуйте основные функции пресс-службы. Сопоставьте деятельность пресс-службы и PR-службы.

11. Какие мероприятия могут проводить организации с участием журналистов? Укажите их цель и содержание.

12. Назовите основные правила подготовки и проведения пресс-конференции.

13. Как давать интервью? Основные правила для интервьюируемого.

14. Что такое мониторинг СМИ? Каковы его цель, виды и формы? Какие сведения необходимы для проведения мониторинга?

Раздел 3. Отношения PR с различными категориями и группами населения

15. Назовите особенности работы PR-служб с прессой. Что нужно знать работнику PR-службы о печатных изданиях?

16. Какие материалы готовит PR-служба для журналистов? Дайте их краткую характеристику.

17. Какую информацию должен содержать пресс-релиз? Какие категории пресс-релиза различают? Какова структура пресс-релиза?

Раздел 4. Комплексные мероприятия

18. Укажите особенности и целевое назначение занимательных, авторских и обзорных статей, кейс-историй.

19. В каких случаях PR-службы используют такие формы материалов для журналистов, как факт-лист, «вопрос-ответ» и заявление?

20. Каковы направления деятельности PR-служб в интернете? Дайте их краткую характеристику.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Способы коммуникации в сфере связей с общественностью. Составление текстов для выступлений.

2. Основные правила взаимодействия PR со СМИ.

3. Подготовка материалов PR для прессы.

4. Проведение пресс-конференций.

5. Составление медиа-карты г. Донецка.

6. Наполнение веб-сайта.

7. Мониторинг СМИ. Подготовка пресс-клиппинга.

8. Проведение круглого стола.

9. Продвижение товаров и услуг. Презентация нового товара.
10. Разработка корпоративного стиля.
11. Отношения с органами власти.
12. Организация и проведение специальных мероприятий. Организация приема по случаю юбилея организации.
13. Участие в выставках и ярмарках. Формирование экспозиций.

7.3. Темы письменных работ

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

7.4. Образец содержания экзаменационного билета

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий государственный университет»
Факультет филологический

Программа подготовки: **бакалавриат**
Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
Магистерская программа: **Реклама и связи с общественностью**
Очная форма обучения. Семестр **1**
Заочная форма обучения. Семестр **2**
Учебная дисциплина **Основы связей с общественностью**

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Что такое связи с общественностью? Дайте определение деятельности по связям с общественностью.
2. Охарактеризуйте PR-мероприятия, которые могут проводиться в режиме онлайн.
3. Практическое задание.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующая кафедрой _____ И.М. Артамонова
Экзаменатор _____ В.П. Безродный

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-4	Организационно-учебная работа в аудитории	15
	Самостоятельная работа	15
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

8.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 1

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-4	Организационно-учебная работа в аудитории	5
	Самостоятельная работа	25
	Контрольные работы по практике	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
ИТОГО		50
Экзамен		50
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м (г. Донецк, ул. Университетская, 24) учебном корпусе университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное на кафедре журналистики.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

- 1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 232 с.
- 2. Жильцов О.Н., Синяева И.М. Связи с общественностью. - М.: Юрайт, 2017. - 338 с.

3. Пищугина О.С., Зенков А.С. Роль СМИ в PR- кампании // Академическая публицистика. - 2017. - № 4. - С. 392 - 397.
4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии / Под ред. В.М. Горозова, Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 224 с.
5. Чернышева Т. Л. Связи с общественностью (PR): учебное пособие. / Т.Л. Чернышева – НГТУ, 2018. - 140 с.

11.2. Дополнительная литература

1. Мирзаханов М.А., Амвросова О.Н. О роли средств массовой информации в современном обществе // Инновационные технологии в науке и образовании. - 2015. - № 4. - С. 470 - 472.
2. Федотова Л.Н. Общественное мнение. О рекламе и связях с общественностью. - М.: Издательство МГУ, 2013. - 424 с.
3. Мишина Л.А. Связи с общественностью. [Электронный ресурс] / Л.А. Мишина – Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika/m009/toc.htm> - Заглавие с экрана.
4. Колмогоров, А. Н. Элементы теории функций и функционального анализа / А. Н. Колмогоров, С. В. Фомин ; Моск. гос. - 7-е изд. - М. : Физматлит, 2004. - 570 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)

3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)

4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).