

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

_____ Иванов А.Г.
подпись

« _____ » _____ 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.02 Государственный политический маркетинг в СМИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль)/специализация (Информационная работа в государственных и коммерческих структурах (практико-ориентированная программа))

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Государственный политический маркетинг в СМИ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»

Программу составил

Щербаль С.С., к. полит. н., преподаватель

подпись

Рабочая программа дисциплины «Государственный политический маркетинг в СМИ» утверждена на заседании кафедры (разработчика) «Электронных СМИ и новых медиа», протокол № 13 от 15 июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Мальцева И.А.

фамилия, инициалы

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры электронных СМИ и новых медиа
протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой(выпускающей) Мальцева И.А.

фамилия, инициалы

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 07-17 «21» июня 2017г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы

подпись

Рецензенты:

Архангельский Ю.Е., доктор культурологии, профессор, зав. кафедрой телерадиовещания Краснодарского государственного института культуры
Немец Г.Н., к.ф.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой рекламы и связей с общественностью КубГУ

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о теории и практике политического маркетинга как управленческой коммуникации, которой могут пользоваться политические организации для реализации своих целей и программ и для одновременного воздействия на поведение граждан.

1.2 Задачи дисциплины:

- обеспечить понимание политического рынка не только как эффективной теоретической конструкции, интегрирующей представление о политике как форме обмена политических товаров и услуг на голоса избирателей, лояльность и поддержку граждан, но и как получившего широкое применение в мировой и политической науке теоретико-методологического инструмента изучения политической жизни посредством формализованной совокупности понятий, используемых экономической наукой;

- систематизировать основные понятия, используемые в теории и практике политического маркетинга;

- развить эффективные аналитические, организационные навыки и умения решать исследовательские проблемы наряду со способностью предложить и осуществить согласованный план действий для условий, с которыми сталкиваются различные субъекты политики.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Государственный политический маркетинг в СМИ» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Содержание курса «Государственный политический маркетинг в СМИ» является логическим продолжением, углублением знаний, полученных в результате овладения другими дисциплинами специализации: «Политология», «Основы журналистской деятельности», «Аналитическая журналистика», «Новостная журналистика», «Психология журналистики».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций (ОК/ОПК/ПК): ПК-2; ПК-4

№	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-2	Способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	Специфику избирательного процесса, средства формирования и реализации конкурентоспособности имиджа политического товара в информационном пространстве на различных медийных платформах	Продвигать политический медиапродукт на информационном рынке с учетом особенностей различных СМИ	Навыками проектирования, организации и реализации политических проектов в медиaprостранстве

2.	ПК-4	Способность разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ	Особенности маркетинговой и немаркетинговой политической коммуникации	Разрабатывать концепцию медиавоздействия на общественное мнение в рамках избирательного проекта	Навыками реализации коммуникационных проектов, обеспечивать их качество и эффективность.
----	------	--	---	---	--

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зач.ед. (180 часов).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			10			
Контактная работа, в том числе:		18,3	18,3			
Аудиторные занятия (всего)		18	18			
В том числе:						
Занятия лекционного типа		6	6			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		6	6			
Лабораторные занятия		6	6			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:		81	81			
Курсовая работа		-	-			
Проработка учебного (теоретического) материала		40	40			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		30	30			
Реферат		11	11			
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:						
Подготовка к экзамену		8,7	8,7			
Общая трудоемкость	час.	108	108			
	в том числе контактная работа	18,3	18,3			
	зач. ед.	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 10 семестре

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Политика в дисциплинарном поле маркетинга	33	2	2	2	27
2.	Политические технологии как инструменты политического маркетинга	33	2	2	2	27
3.	Маркетинговые медиастратегии в политической кампании.	33	2	2	2	27
	<i>Итого по дисциплине:</i>	(+0,3 ИКР, +8,7 контроль) 108	6	6	6	81

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Политика в дисциплинарном поле маркетинга	Политический рынок и политический маркетинг: основные концепции. Массовая информационно-коммуникационная система. Немаркетинговые способы организации политического дискурса. Маркетинговые способы организации политического дискурса. Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России	Блиц-опрос
2.	Политические технологии как инструменты политического маркетинга	PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Целевые аудитории PR в политических коммуникациях. Планирование политических кампаний. Политическая реклама и ее роль в продвижении продукта на политическом рынке. Бренд, имидж и позиционирование в политическом маркетинге. Имиджевые стратегии в политическом маркетинге. Феномен мифологии в политической жизни России.	Блиц-опрос
3.	Маркетинговые медиастратегии в политической кампании.	СМИ как основной инструмент коммуникации в политической кампании. Телевидение как инструмент политического маркетинга. Новостная (событийная) информация на телевидении как инструмент политического влияния на общественное мнение. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации: роль веб-технологий в политике.	Блиц-опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Политика в дисциплинарном поле маркетинга	Политический рынок и политический маркетинг: основные концепции. Массовая информационно-коммуникационная система. Немаркетинговые способы организации политического дискурса. Маркетинговые способы организации политического дискурса. Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России	Реферативное сообщение с последующей дискуссией
2.	Политические технологии как инструменты политического маркетинга	PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Целевые аудитории PR в политических коммуникациях. Планирование политических кампаний. Политическая реклама и ее роль в продвижении продукта на политическом рынке. Бренд, имидж и позиционирование в политическом маркетинге. Имиджевые стратегии в политическом маркетинге. Феномен мифологии в политической жизни России.	Реферативное сообщение с последующей дискуссией
3.	Маркетинговые медиастратегии в политической кампании.	СМИ как основной инструмент коммуникации в политической кампании. Телевидение как инструмент политического маркетинга. Новостная (событийная) информации на телевидении как инструмент политического влияния на общественное мнение. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации: роль веб-технологий в политике.	Реферативное сообщение с последующей дискуссией

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	«Анализ целевой электоральной аудитории в избирательном округе №___, в котором баллотируется кандидат в депутаты ЗСК Краснодарского края N»	Отчет о лабораторной работе

2.	«Формирование портфеля PR- и рекламных продуктов для продвижения кандидата в депутаты N на региональных выборах в Законодательное собрание Краснодарского края »	Отчет о лабораторной работе
3.	«Медиаплан политической кампании в СМИ Кубани кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края N на региональных выборах »	Отчет о лабораторной работе
4.	«SWOT-анализ предвыборной ситуации в избирательном округе № __, где баллотируется кандидат в депутаты Законодательного собрания Краснодарского края N»	Отчет о лабораторной работе
5.	«Разработка имиджа кандидата в депутаты гражданина N»	Отчет о лабораторной работе
6.	«Подготовка текста выступления кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края N в эфире региональной телекомпании»	Отчет о лабораторной работе
7.	«Написание биографии кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края N»	Отчет о лабораторной работе
8.	«Создание предвыборного плаката кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края N и разработка слогана политической кампании»	Отчет о лабораторной работе

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 299 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F-904B-87771854E966. 2. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 319 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D47454F7-7460-4E0C-BCFB-D2E29EAD6B61. 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017
2	Реферат	1. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 299 с. — (Серия : Авторский

		учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F-904B-87771854E966 . 2. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 319 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D47454F7-7460-4E0C-BCFB-D2E29EAD6B61 . 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017
--	--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии:

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса.

Лекция (Л) – учебное аудиторное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Практические задания - требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов.

Дискуссия - обмен взглядами по конкретной проблеме. Это активный метод, позволяющий научиться отстаивать свое мнение и слушать других. Обычно предполагается, что из мышления рождается ответ на высказывание оппонента в дискуссии, поэтому разномыслие и рождает дискуссию. Однако дело обстоит как раз наоборот: спор, дискуссия рождает мысль, активизирует мышление, а в учебной дискуссии к тому же обеспечивает сознательное усвоение учебного материала как продукта мыслительной его проработки.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1 Практические задания и контрольные вопросы:

1. Напишите эссе на тему «Современные тенденции в политическом консультировании: дженералист vs. специалист»
2. Проведите сравнительный анализ программ партии «Единая Россия» 2007 и 2011 гг.
3. Найдите пример работы спин-доктора во время последней избирательной кампании. Какие приемы были использованы? Какой эффект они оказали на общую ситуацию в информационном поле?
4. С помощью Интернета составьте список российских компаний (не менее 5), которые профессионально занимаются подготовкой, проведением, анализом опросов общественного мнения. Проведите сравнительный анализ компаний по следующим параметрам:
 - а/ как долго компания существует на рынке проведения исследований;
 - б/ владелец компании и форма организации;
 - в/ сфера деятельности (бизнес, политика и т.д.);
 - г/ методики исследования;
 - д/ направления исследований.
5. Проведите работу по составлению профиля методологического и методического опыта изучения общественного мнения институтом Гэллапа.
6. Какие тенденции и закономерности можно выделить в изменении общественного мнения в России за последние 10 лет?
7. Вы являетесь специалистом по проведению опросов общественного мнения. Ваш клиент, кандидат на должность федерального уровня в России, не хочет проводить опросы общественного мнения в своей политической кампании, потому что считает, что это слишком дорого стоит, и поэтому он лучше направит освободившиеся финансовые средства на рекламу для кампании. Напишите письмо вашему кандидату, убедите его в том, что опросы общественного мнения являются жизненно необходимыми для успешной политической кампании.
8. Сравните речи, произнесенные 24 сентября 2011 года на XII съезде партии «Единая Россия» Президентом РФ Д.А. Медведевым и В.В. Путиным.
9. Смоделируйте дебаты трех кандидатов (от партии «Единая Россия», КПРФ и ЛДПР) по одному из общественно значимых вопросов.
10. Назовите основные качества, необходимые, на ваш взгляд, модератору дебатов. Обоснуйте свой ответ примерами из реальных дебатов в России.

11. Проведите исследование относительно особенностей формирования имиджа кандидата-мужчины и кандидата-женщины.
12. Проанализируйте особенности гендерного подхода при формировании имиджа кандидата на выборную должность.
13. Найдите примеры негативной политической рекламы в России и контратаки на эту рекламу. Проанализируйте оба материала по следующим критериям:
 - правдоподобность;
 - ясность изложения;
 - соблюдение логики изложения фактов;
 - документальное изложение аргументов;
 - тон;
 - креативные средства для привлечения внимания аудитории.
14. Напишите текст для предложенного преподавателем средства массовой информации против использования негативных политических кампаний.
15. Приведите примеры удачного и неудачного использования юмора в качестве контратаки на негативное рекламное сообщение.
16. Почему нельзя сохранять молчание, когда представители СМИ просят прокомментировать негативную рекламу, размещенную оппонентом?
17. Найдите материалы пресс-конференции какого-либо политика или кандидата. Проанализируйте вопросы журналистов и ответы политика. Какое количество ответов не соответствует заданным вопросам?
18. Предложите вариант плана кризисного реагирования для кандидата, баллотирующегося на должность федерального уровня в России. Условия: в СМИ началась негативная кампания, которая была инициирована не оппонентами кандидата, а самими журналистами. Тема: нецелевое расходование средств, собранных при проведении политической кампании.
19. Приведите пример вопросов (не менее 10), сформулированных в негативном ключе. Переформулируйте их в позитивном ключе.
20. Разработайте дизайн предвыборного агитационного плаката для политической кампании.
21. Сегментируйте электорат в территориальном избирательном округе Краснодарского края.
22. Составьте краткое описание электоральной структуры округа.
23. Сформируйте портфель PR и рекламных продуктов для проведения избирательной кампании.
24. Составьте медиаплан политической кампании, исходя из параметров, заданных преподавателем.
25. Проведите SWOT-анализ предвыборной ситуации в избирательном округе, указанном преподавателем.
26. Разработайте имидж кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края с учетом указанных преподавателем параметров.
27. Составьте текст пятиминутного выступления в эфире региональной телекомпании для кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края от партии «Справедливая Россия».

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Специфика политического рынка
2. «Поле политики» (П. Бурдьё) как политический рынок.
3. Анализ конкурентоспособности политического товара.
4. Жизненный цикл власти как товара.
5. Политическая реклама как средство воздействия на электоральное поведение.
6. PR-технологии как инструмент государственного управления.
7. Политический ресурс: понятие и типология.
8. Политический терроризм: радикальные формы политического маркетинга.
9. Имидж политика в мидийном пространстве.
10. Имидж кандидата в политической рекламе
11. Технология создания имиджа партии.
12. Политическое имиджирование как процесс.
13. Реализация конкурентоспособности имиджа политического товара.
14. Избирательная кампания как институционализация политического рынка.
15. Адаптация программы и личности кандидата к потребностям рынка.
18. Подходы и технологии разработки стратегии избирательных кампаний.
19. Маркетинговая эволюция избирательных кампаний в зарубежной и отечественной политической науке.
20. Государственное регулирование избирательных кампаний: зарубежный и отечественный опыт.
21. Роль современных СМИ в политической кампании.
22. Основные направления исследования медиавоздействия
23. Опросы общественного мнения в политической кампании
24. Основные методы оценки и измерений общественного мнения
25. Фандрейзинг в политических кампаниях
26. Организация специальных мероприятий по фандрейзингу
27. Реклама в рамках политической кампании
28. Тенденции развития политической рекламы
29. Рекламная стратегия в политической кампании
30. Спичрайтинг в политической кампании.
31. Методы политического спичрайтинга.
32. Политические дебаты: особенности организации и проведения.
33. Политическая кампания в сети Интернет.
34. Интернет-стратегия в политических кампаниях
35. История развития представлений о политическом имидже.
36. Основные приемы построения политического имиджа.
37. Управление кризисом в политической кампании.
38. Этика в политической кампании.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы к экзамену:

1. Политического маркетинг: основные понятия и категории.
2. Комплекс коммуникаций политического маркетинга
3. Институциональная структура публичных отношений

4. Правовое регулирование ПР-деятельности
5. Политические партии и объединения как субъект ПР-деятельности в политических кампаниях
6. Электорат как аудитория публичных отношений в политических кампаниях
7. Представители СМИ как аудитория публичных отношений в политической коммуникации
8. Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. SWOT-анализ.
9. Определение целей кампании и выявление контактных групп
10. Планирование избирательной кампании и оценка результатов
11. Особенности, функции, структура и типология имиджей
12. Алгоритм формирования политического имиджа
13. Технологии формирования имиджа политика
14. Формирование имиджа партии
15. Стратегии снижения имиджа конкурента
16. Стратегии восстановления имиджа
17. Новостные события в политических кампаниях
18. Политические ПР и реклама на телевидении
19. Политические ПР и реклама в прессе
20. Интернет в политической коммуникации
21. Коммуникация с избирателями на встречах и митингах
22. Межличностная коммуникация в избирательной кампании
23. Политические плакаты и афиши
24. Политическая листовка как жанр прямой политической рекламы
25. Роль современных СМИ в политической кампании
26. Современные теории медиавоздействия на общественное мнение.
27. Опросы общественного мнения в политической кампании: основные методы оценки и измерения.
28. Фандрейзинг в политических кампаниях.
29. Тенденции развития политической рекламы
30. Рекламная стратегия в политической кампании
31. Спичрайтинг в политической кампании
32. Методы политического спичрайтинга
33. Политические дебаты
34. Интернет-стратегия в политических кампаниях
25. Основные этапы политической интернет-кампании.
26. Этика в политической кампании.

Критерии оценки теоретических знаний студента на экзамене:

Оценка «отлично».

Оценка «отлично» ставится студенту, который демонстрирует в своем ответе:

- глубокие знания в рамках программы дисциплины;
- знание научного аппарата дисциплины;
- знание научной литературы по дисциплине;
- способность к системному мышлению, критическому анализу, синтетическим обобщениям.

Оценка «отлично» не ставится в случаях систематических пропусков студентом лекционных и семинарских занятий по неуважительным причинам, пассивного поведения на семинарских занятиях, а также неверных ответов на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо».

Оценку «хорошо» получает студент, ответ которого свидетельствует:

- о знании в полном объеме учебного материала по дисциплине;
- об изучении рекомендованной научной и специальной литературы, однако его ответы на вопросы преподавателя содержат не всегда точную информацию.

Оценка «хорошо» не ставится в случаях пропусков студентом лекционных и семинарских занятий по неуважительным причинам.

Оценка «удовлетворительно».

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, ответ которого демонстрирует:

- поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- неточности в трактовке научного аппарата и специальных терминов;
- неспособность ориентироваться в содержании научной и специальной литературы, освоение которой предусмотрено программой дисциплины;
- неумение логически верно построить ответ.

Оценки «неудовлетворительно».

Оценки «неудовлетворительно» ставятся студенту, имеющему существенные пробелы в знании теоретического материала, предусмотренного программой дисциплины, а также допустившему серьезные ошибки во время ответа на экзамене.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 299 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F-904B-87771854E966.
2. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 319 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D47454F7-7460-4E0C-BCFB-D2E29EAD6B61.

5.2 Дополнительная литература:

1. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. — М.: ИМА-пресс, 2000.
2. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. — М.: Изд-во «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 1999.
3. Недяк И.А. Политический маркетинг. Основы теории. — М.: Изд-во «Весь Мир», 2008.
4. Ольшанский Д.В. Политический PR — СПб, Питер, 2003.
5. Кольев А. Н. Политическая мифология: Реализация социального опыта. — М.: Логос, 2003.
6. Флад К. Политический миф. Теоретическое исследование / Пер. с англ. А. Георгиева. — М.: Прогресс-Традиция, 2004 .
7. Егорова-Гантман Е. В., Плешаков К.В. Политическая реклама. — М: Никколо-Медиа, 2002.
8. Лисовский А.Ф. Политическая реклама. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.
9. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. — М.: Изд-во «Омега-Л», 2007.
10. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Основы избирательных технологий. — 3-е изд., расш. и дополн. — И.: SPSL — «Русская панорама», 2002.
11. Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера. М. 1996.

5.3. Периодические издания:

1. Журнал «Полис. Политические исследования» [Электронная версия] — URL: <http://www.politstudies.ru>
2. Журнал «Медиаскоп» [Электронная версия] — URL: <http://www.mediascope.ru>
3. Журнал «Вестник медиа» [Электронная версия] — URL: <http://vm.mediarama.ru>
4. Журнал "Со-общение" [Электронная версия] — URL: <http://www.soob.ru>
5. Журнал "PR-Диалог" [Электронная версия] — URL: <http://www.pr-dialog.com>
6. Журнал "PR в России" [Электронная версия] — URL: <http://www.prjournal.ru>
7. Журнал "Пресс-служба" [Электронная версия] — URL: <http://www.press-service.ru>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Сайт Центральной избирательной комиссии России [Официальный сайт] —

URL: <http://www.cikrf.ru>

2. Сайт Всероссийской политической партии «Единая Россия» [Официальный сайт] - URL: <http://www.er.ru>

3. Сайт политической партии «Коммунистическая партия Российской Федерации» [Официальный сайт] - URL: <http://www.kprf.ru>

4. Сайт политической партии ЛДПР [Официальный сайт] - URL: <http://www.ldpr.ru>

5. Сайт политической партии «Справедливая Россия» [Официальный сайт] - URL: <http://www.spravedlivo.ru>

6. Сайт политической партии «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО» [Официальный сайт] - URL: <http://www.yabloko.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методической поддержке преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самоорганизации, ответственности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Процесс самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы:

- подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения);
- основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);
- заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

Самостоятельная работа студентов в течение учебного года регламентируется общим графиком учебной работы по семестрам, предусматривающим выполнение индивидуальных заданий, рефератов, курсовых работ по всем дисциплинам.

Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лабораторные занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение лабораторных занятий.

Лабораторные занятия (ЛЗ)

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет преподавателю во время практических занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

Реферат - доклад по определённой теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников. Рефераты могут являться изложением содержания научной работы, статьи и т.п.

Различают два вида рефератов: продуктивные и репродуктивные. Репродуктивный реферат воспроизводит содержание первичного текста. Продуктивный содержит творческое или критическое осмысление реферируемого источника.

Репродуктивные рефераты можно разделить еще на два вида: реферат-конспект и реферат-резюме. Реферат-конспект содержит фактическую информацию в обобщённом виде, иллюстрированный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения. Реферат-резюме содержит только основные положения данной темы.

В продуктивных рефератах выделяют реферат-доклад и реферат-обзор. Реферат-обзор составляется на основе нескольких источников и сопоставляет различные точки зрения по данному вопросу. В реферате-докладе, наряду с анализом информации первоисточника, есть объективная оценка проблемы; этот реферат имеет развёрнутый характер.

Структура реферата:

- 1) титульный лист;
- 2) структурированное содержание с указанием номера страницы;
- 3) введение;
- 4) текстовое изложение материала, разбитое на вопросы и подвопросы (пункты, подпункты) со ссылками на источники, использованные автором;
- 5) заключение;
- 6) список использованной литературы;
- 7) приложения, которые могут включать таблицы, диаграммы, графики, рисунки, схемы (необязательная часть реферата).

Приложения располагаются последовательно, согласно заголовкам, отражающим их содержание.

Тему реферата студенты выбирают из списка, предложенного преподавателем. Примеры тем рефератов представлены ниже в настоящей программе, однако они могут изменяться и дополняться. Студент также может предложить собственную тему, обосновав при этом целесообразность ее разработки, или по согласованию с преподавателем уточнить формулировку предлагаемой темы.

Выполнение работы по реферированию изучаемого поможет студентам научиться системно мыслить, освоить научную лексику, расширить эрудицию. Подготовка реферата способствует закреплению знаний, полученных на лекционных и семинарских занятиях, развитию умений самостоятельно анализировать.

Текст реферата должен быть представлен преподавателю его автором только на бумажном носителе.

Рефераты обычно представляются на заключительном этапе изучения дисциплины, как результат итоговой самостоятельной работы студента. Защита реферата осуществляется на лабораторных занятиях, предусмотренных учебным планом. Время защиты – 10-15 мин.

Процедура защиты реферата представляет собой сообщение, выстроенное по следующему плану:

1. Сообщение темы.
2. Обоснование выбора темы (проблематика и актуальность).
3. Обозначение цели и задач.
4. Определение объекта и предмета исследования.
5. Структура работы.
6. Краткое изложение содержания работы (основные тезисы).
7. Выводы.

Учитывая публичный характер выступления, студент должен:

- составить план выступления и подготовить основные тезисы;
- кратко представить проблематику, цель, структуру;
- излагать материал с соблюдением норм русского литературного языка, быть точным в формулировках, темп речи должен быть размеренным;
- достоинством выступления может стать визуализация информации в виде инфографики либо другого иллюстративного материала.

Критерии и показатели, используемые при оценивании учебного реферата

Оценивая реферат, преподаватель обращает внимание на:

- соответствие содержания выбранной теме;
- отсутствие в тексте отступлений от темы;
- соблюдение структуры работы;
- умение работать с научной литературой;
- умение логически мыслить;
- культуру письменной речи;
- умение правильно оформлять научный текст;
- умение точно определить позицию автора, работы которых были использованы при написании реферата;
- способность верно, без искажений, передавать используемый авторский материал;
- соблюдение объема работы;
- соблюдение правил оформления научных текстов.

Критерии и показатели, используемые при оценивании учебного реферата

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Использование электронных презентаций при проведении лекционных и практических занятий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- текстовым редактором Microsoft Word (2003 и выше);

- средством для просмотра pdf -файлов AdobeReader;
- 18 редактором Microsoft Power Point;

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	аудитория №309 (100 посадочных мест, количество учебных парт 35 шт., стол преподавателя 1 шт., кафедра напольная 1шт. стационарный проектор 1 шт., интерактивная доска 1 шт.) аудитория №402 (100 посадочных мест, количество учебных парт 35, стол преподавателя 1 шт., кафедра напольная 1шт. стационарный проектор 1 шт., интерактивная доска 1 шт.)
2.	Семинарские занятия	аудитория № 304 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 305 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 306 (18 посадочных мест, количество учебных столов 3шт., рабочая станция с доступом к сети интернет 1шт., система архивного хранения документов 1шт.) аудитория № 404 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 406 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 407 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 408 (40 посадочных мест, количество учебных парт 20 шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 409 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.)
3.	Лабораторные занятия	аудитория № 304 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 305 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 306 (18 посадочных мест, количество учебных столов 3шт., рабочая станция с доступом к сети интернет 1шт., система архивного хранения документов 1шт.) аудитория № 404 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 406 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 407 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.)

		аудитория № 408 (40 посадочных мест, количество учебных парт 20 шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 409 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	аудитория № 304 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 305 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 306 (18 посадочных мест, количество учебных столов 3шт., рабочая станция с доступом к сети интернет 1шт., система архивного хранения документов 1шт.) аудитория № 404 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 406 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 407 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 408 (40 посадочных мест, количество учебных парт 20 шт., стол преподавателя 1шт.) аудитория № 409 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт.)
5.	Самостоятельная работа	аудитория № 301 (30 посадочных мест , количество учебных парт 15 шт., 17 рабочих станций с выходом в интернет обеспеченны следующим комплектом программ: Windows 10, MS Office 2016) аудитория № 307 (10 посадочных мест, количество учебных парт 3шт. стол преподавателя 1шт, видекамера SONY SHX700 1шт., видекамера SONY shx1080 1 шт., штатив HDR 5000 3шт., рабочие станции с выходов в сеть интернет 3 шт., обеспеченны следующим комплектом программ: Windows 10, MS Office 2016, ADOBE Creative Suite CS2015) аудитория № 310 (15 посадочных мест, количество учебных парт 5, микрофон студийный SHURE 530DR 3шт., пульт микшерный HDMHR 21450 1шт., усилитель потоковый HDMHR 21450 1 шт., рабочие станции с доступом в сеть интернет 2 шт., обеспеченны следующим комплектом программ: Windows 10, MS Office 2016, ADOBE Creative Suite CS2015) аудитория № 410 (20 посадочных мест, количество учебных парт 10шт., стол преподавателя 1шт., фотоаппарат зеркальный NIKOD D3200I 2шт., фотоаппарат SONY ALPHA 70D 1шт., комплект света для студийной фотосъемки) аудитория № 412 (10 посадочных мест., количество учебных парт 5шт., видекамера PANASONIK HDR 785HDI 1 шт., хромакей для студийной видеообработки 1 шт., комплект студийного освещения 1 шт., рабочие станции с доступом в сеть интернет 2 шт., обеспеченны следующим комплектом программ: Windows 10, MS Office 2016, ADOBE Creative Suite CS2015)