

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Хайруров Т.А.
подпись
« 29 » 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.06 Государственный и политический маркетинг в СМИ

Направление подготовки/специальность 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) / специализация Информационная работа

Форма обучения заочная

Квалификация выпускника бакалавр

Краснодар 2020

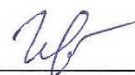
Рабочая программа дисциплины Государственный и политический маркетинг в СМИ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, профиль «Информационная работа»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

С.С. Щербаль, доц., канд. полит. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Государственный и политический маркетинг в СМИ утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 10 «15» мая 2020 г.

Заведующий кафедры (разработчика)

Вологина Е.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 10 «15» мая 2020 г.

Заведующий кафедры (разработчика)

Вологина Е.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 12-20 «28» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

Немец Г.Н., канд. филол. наук, доц. кафедры рекламы и связей с общественностью

Архангельский Ю.Е., доктор культурологии, профессор, зав. кафедрой телерадиовещания Краснодарского государственного института культуры

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 акторы 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 теоритической 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 части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

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 *универсальных* компетенций (*УК*)

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.	Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели.	Владеет оптимальными способами решения поставленных задач.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

(для студентов ЗФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		3	4	5	6
Контактная работа, в том числе:	14,3	14,3			

Аудиторные занятия (всего):		14	14			
Занятия лекционного типа		6	6			
Лабораторные занятия						
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		8	8			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:		85	85			
<i>Курсовая работа</i>						
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>						
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>						
<i>Реферат</i>						
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:		8,7	8,7			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	108				
	в том числе контактная работа					
	зач. ед	3				

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*заочная форма*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Политика в дисциплинарном поле маркетинга	30	2	2		26
2.	Политические технологии как инструменты политического маркетинга	32	2	2		28
3.	Маркетинговые медиастратегии в политической кампании	37	2	4		31
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	99	6	8		85
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине					

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	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	<i>Конспект лекции</i>
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. Конспект	<i>Конспект лекции</i>
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.	<i>Конспект лекции</i>

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	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	<i>Реферат</i>
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	<i>Реферат</i>

		продвижении продукта на политическом рынке. Бренд, имидж и позиционирование в политическом маркетинге. Имиджевые стратегии в политическом маркетинге. Феномен мифологии в политической жизни России. Конспект	
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.	<i>Опрос</i>

2.3.3 Лабораторные занятия

Занятия лабораторного типа не предусмотрены.

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены.

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	<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	<p>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, 2018. — 299 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F904B-87771854E966</p> <p>2. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 319 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblioonline.ru/book/D47454F7-7460-4E0C-BCFBD2E29EAD6B61</p> <p>3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.</p>
2	<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка</i>	<p>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. :</p>

сообщений, презентаций)	<p>Издательство Юрайт, 2018. — 299 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F904B-87771854E966</p> <p>2. Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под ред. С. Г. Корконосенко. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 319 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblioonline.ru/book/D47454F7-7460-4E0C-BCFBD2E29EAD6B61</p> <p>3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.</p>
----------------------------	---

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) 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.

Лекция как элемент образовательного процесса должна включать следующие этапы:

- формулировку темы лекции;
- указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- изложение вводной части;
- изложение основной части лекции;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
 - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
 - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;

- выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
- дискуссия по докладу и содокладам.

3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

1. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме оценки выполнения студентами письменных работ, творческих заданий в рамках практических занятий, в том числе выполненных в ходе самостоятельной работы. и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий зачету.

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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Политика в дисциплинарном поле маркетинга	УК-2	<i>Контрольная работа №1- по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 1-3</i>
2	Политические технологии как инструменты политического маркетинга	УК-2	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 4-7</i>
3	Маркетинговые медиастратегии в политической кампании	УК-2	<i>Тест по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 8-11</i>

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
УК-2	<i>Знает</i> - необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.	<i>Знает</i> - необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.	<i>Знает</i> - необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.
	<i>Умеет</i> - Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели.	<i>Умеет</i> - Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели.	<i>Умеет</i> - Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели.
	<i>Владеет</i> - Владеет оптимальными способами решения поставленных задач.	<i>Владеет</i> - Владеет оптимальными способами решения поставленных задач.	<i>Владеет</i> - Владеет оптимальными способами решения поставленных задач.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тема «Политика в дисциплинарном поле маркетинга»

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. Подберите примеры работы спин-доктора во время одной из российских региональных избирательных кампаний (по выбору студента).

Ответьте на вопросы:

1. Какие приемы были использованы?

2. Какой эффект они оказали на общую ситуацию в информационном поле?

3. Используя сеть «Интернет» составьте список российских компаний (не менее 5), которые профессионально занимаются подготовкой, проведением, анализом опросов общественного мнения.

4. 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 ВЦИОМ.

6. Какие тенденции в изменении общественного мнения россиян при ответе на вопрос о «чистоте» проводимых в стране выборов можно выявить за последние десятилетия?

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 рамках своей политической кампании, потому что считает, что считает это исследование слишком затратным. На его взгляд, лучше направить эти финансовые средства на промоушн. Напишите письмо вашему кандидату, в котором с использованием веских аргументов постарайтесь убедить его в том, что опросы общественного мнения являются крайне необходимыми для эффективной политической кампании.

8. Проанализируйте речи, произнесенные 24 сентября 2011 года на XII съезде партии «Единая Россия» Президентом РФ Д.А. Медведевым и В.В. Путиным.

Тема «Политические технологии как инструменты политического маркетинга»

9. Смоделируйте дебаты трех кандидатов (от партии «Единая Россия», КПРФ и ЛДПР) по одному из общественно значимых вопросов (на выбор студента).

10. Назовите основные качества, необходимые, на ваш взгляд, модератору дебатов. Обоснуйте ответ примерами из практики реальных политических дебатов, имевших место в России.

11. Проведите исследование и выявите особенности технологии формирования политического имиджа кандидата на выборную должность с учетом гендерных различий.

12. Подберите примеры негативной политической рекламы в России и контратаки на эту рекламу. Проанализируйте оба кейса по следующим критериям: - правдоподобность; - ясность изложения; - фактологическая точность; - весомость аргументации; - эмоциональная окрашенность; - уровень креативности средств, использованных для привлечения внимания аудитории.

13. Напишите текст обращения к участникам политической кампании для одного из средств массовой информации (определяет преподаватель) против использования «грязных» технологий в избирательном процессе.

14. Приведите примеры эффективного и неэффективного использования юмора в качестве контратаки на соперника, выпустившего негативное рекламное сообщение.

15. Объясни, используя аргументы, почему нельзя уклоняться от комментариев в ситуации, когда представители СМИ просят определить ваше отношение к негативной рекламе, размещенной оппонентом?

16. Подберите материалы пресс-конференции крупного российского политика или кандидата в депутаты (на ваш выбор). Проанализируйте коммуникационную тактику и определите уровень компетентности политика.

17. 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.

Тема «Маркетинговые медиастратегии в политической кампании»

18. Предложите список вопросов (не менее 10), сформулированных в негативном ключе. Переформулируйте их в позитивном ключе.

19. Разработайте оригинал-макет предвыборного агитационного плаката кандидата N для политической кампании регионального уровня.

20. Проведите сегментирование электората в одном из одномандатных избирательных округов Краснодарского края (на ваш выбор), утвержденных постановлением ЗСК КК от 15.02.2017 г. № 2974-11.

21. Составьте краткое описание электоральной структуры округа, используя гендерные, возрастные, социальные, образовательные и др. критерии.

22. Сформируйте портфель PR- и рекламных продуктов для проведения избирательной кампании кандидата в депутаты Законодательного собрания КК.

23. Составьте медиаплан политической кампании, исходя из параметров, определенных преподавателем.

24. Проведите SWOT-анализ предвыборной ситуации в одном из одномандатных избирательных округов Краснодарского края, указанном преподавателем.

25. Разработайте имидж кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края (имярек), опираясь на предложенные преподавателем параметры.

26. Подготовьте в качестве спичрайтера текст выступления кандидата в депутаты ЗСК Краснодарского края от партии «Справедливая Россия» («Единая Россия», ЛДПР, ЯБЛoko) в эфире одной из региональных телекомпаний (продолжительность выступления – 5 мин.).

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Политического маркетинг: основные понятия и категории.
2. Комплекс коммуникаций политического маркетинга
3. Институциональная структура публичных релейшнз
4. Правовое регулирование ПР-деятельности
5. Политические партии и объединения как субъект ПР-деятельности в политических кампаниях
6. Электорат как аудитория публичных релейшнз в политических кампаниях
7. Представители СМИ как аудитория публичных релейшнз 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. Особенности технологии формирования имиджа партии.
 15. Стратегии снижения имиджа конкурента.
 16. Стратегии восстановления имиджа.
 17. Методы создания информационных поводов в избирательных кампаниях.
-
18. Политические ПР и реклама на российском телевидении.
 19. Политические ПР и реклама в российской прессе.
 20. Роль сети Интернет в современной политической коммуникации.
 21. Особенности процесса коммуникация кандидата в депутаты с избирателями во время массовых публичных мероприятий.
 22. Межличностная коммуникация в избирательной кампании
 23. Политические плакаты и афиши: агитационный потенциал, уровень креативности идеи, полиграфическое качество.
 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: понятие, особенности технологии, тенденции развития в современной России.
 29. Тенденции развития политической рекламы в публичном пространстве России.
 30. Рекламные стратегии в политической кампании
 31. Спичрайтинг в политической кампании: понятие, технология, российский опыт.
 32. Методы политического спичрайтинга
 33. Политические дебаты: понятие, зарубежный и российский опыт.
 34. Интернет-стратегия в избирательных кампаниях кандидатов в депутаты в российский парламент.
 35. Основные этапы политической интернет-кампании.
 36. Основные этические принципы проведения избирательной кампании, закрепленные законодательными актами РФ.
 37. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики
 38. сущность и типология информационно-коммуникационных политических полей
 39. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей
 40. Информационно-коммуникационные системы
 41. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы
 42. Политические функции СМИ
 43. Феномен общественного мнения
 44. Сущность и функции политической пропаганды
 45. Особенности пропагандистских информационных технологий
 46. Понятие агитации
 47. Процесс производства рекламной продукции в политике
 48. Информационный лоббизм
 49. Понятие государственной информационной политики
 50. Отношение государства с медиаструктурами
 51. Понятие информационной кампании
 52. Модель информационной кампании
 53. Информационные войны
 54. Политический генезис Интернета
 55. Политическая роль интернет-технологий

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

УК-2

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

При подготовке к зачету студент должен повторить конспекты лекций, рекомендованную литературу по данной теме, подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления основной и дополнительной литературой.

Подготовка к зачету способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.

Требования к организации подготовки к зачету:

- внимательно относитесь к срокам сдачи зачетов, форме проведения, к требованиям, которым должен соответствовать ответ студента;
- выясните на кафедре темы и перечень вопросов, по которым будет проводиться зачет;
- узнайте дополнительные источники информации;
- основной способ подготовки к зачету - систематическое посещение занятий;
- своевременно восстанавливайте возникшие пробелы.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания опроса внеаудиторного индивидуального чтения профессионально-ориентированной литературы:

Правила самостоятельной работы с литературой.

Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;
- Перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что Вас интересует за рамками официальной учебной деятельности, то есть что может расширить Вашу общую культуру...).
- Обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- Разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- При составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями (или даже с более подготовленными и эрудированными сокурсниками), которые помогут Вам лучше сориентироваться, на что стоит обратить большее внимание, а на что вообще не стоит тратить время...
- Естественно, все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно

выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц).

- Если книга – Ваша собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные для Вас мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора (это очень хороший совет, позволяющий экономить время и быстро находить «избранные» места в самых разных книгах).

- Если Вы раньше мало работали с научной литературой, то следует выработать в себе способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда Вам понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать), и это может занять немалое время (у кого-то – до нескольких недель и даже месяцев); опыт показывает, что после этого студент каким-то «чудом» начинает буквально заглатывать книги и чуть ли не видеть «сквозь обложку», стоящая это работа или нет...

- Один из эффективных способов оптимизировать знакомство с научной литературой – следует увлечься какой-то идеей и все книги просматривать с точки зрения данной идеи. В этом случае студент (или молодой ученый) будет как бы искать аргументы «за» или «против» интересующей его идеи, и одновременно он будет как бы общаться с авторами этих книг по поводу своих идей и размышлений... Проблема лишь в том, как найти «свою» идею...

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)

2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)

3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)

4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

С наличием различных установок обращения к научному тексту связано существование и нескольких видов чтения:

- 1) библиографическое – просматривание карточек каталога, рекомендательных списков, сводных списков журналов и статей за год и т.п.;

- 2) просмотровое – используется для поиска материалов, содержащих нужную информацию, обычно к нему прибегают сразу после работы со списками литературы и каталогами, в результате такого просмотра читатель устанавливает, какие из источников будут использованы в дальнейшей работе;

- 3) ознакомительное – подразумевает сплошное, достаточно подробное прочтение отобранных статей, глав, отдельных страниц, цель – познакомиться с характером информации, узнать, какие вопросы вынесены автором на рассмотрение, провести сортировку материала;

- 4) изучающее – предполагает доскональное освоение материала; в ходе такого чтения проявляется доверие читателя к автору, готовность принять изложенную информацию, реализуется установка на предельно полное понимание материала;

5) аналитико-критическое и творческое чтение – два вида чтения близкие между собой тем, что участвуют в решении исследовательских задач. Первый из них предполагает направленный критический анализ, как самой информации, так и способов ее получения и подачи автором; второе – поиск тех суждений, фактов, по которым или в связи с которыми, читатель считает нужным высказать собственные мысли.

Из всех рассмотренных видов чтения основным для студентов является изучающее – именно оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания в различных областях. Вот почему именно этот вид чтения в рамках учебной деятельности должен быть освоен в первую очередь. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические рекомендации по подготовке мультимедийной презентации

Процесс выполнения презентации начинается с выбора темы. Тема презентации должна быть согласована с преподавателем.

Работа над презентацией начинается с планирования презентации: выбор темы; определение цели и содержания презентации. После этого осуществляется подготовка содержания презентации:

- анализ темы презентации, поиск и аналитико-синтетическая переработка источников информации;
- составление плана презентации на основе имеющихся источников;
- написание исходного текста для презентации; разделение исходного текста на слайды, определение их последовательности;
- определение состава каждого слайда: подбор изображений, схем, таблиц, выбор оформления;
- определение содержания устного комментария к каждому слайду;
- техническая реализация презентации.

Самопроверка

После изучения определенной темы по записям в конспекте и учебнику, а также решения достаточного количества соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно студенту рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз внимательно разобраться в материале.

Иногда недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. В этом случае надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу. Однако следует помнить, что правильное решение задачи может получиться в результате применения механически заученных формул без понимания сущности теоретических положений.

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/4F6393A88E6F-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/D47454F77460-4E0C-BCFB-D2E29EAD6B61

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

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: НикколоМедиа, 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. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: <http://www.mediascope.ru>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>
3. Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.msu.ru/resources/msu-publ.html>
4. Журнал «Полис. Политические исследования» [Электронная версия] – URL: <http://www.politstudies.ru>
5. Журнал «Вестник медиа» [Электронная версия] – URL: <http://vm.mediarama.ru>
6. Журнал "Со-общение" [Электронная версия] – URL: <http://www.soob.ru>
7. Журнал "PR-Диалог" [Электронная версия] – URL: <http://www.pr-dialog.com>
8. Журнал "PR в России" [Электронная версия] – URL: <http://www.prjournal.ru>
9. Журнал "Пресс-служба" [Электронная версия] – URL: <http://www.pressservice.ru>

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

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве 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 самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Государственный политический маркетинг в СМИ» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

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.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

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 и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, проработка теоретического материала, подготовка индивидуальных заданий. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным.

Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам. Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объём реферата – 10-15 страниц.

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.

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

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ: – Программы для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word») – Программы для просмотра pdf –файлов («AdobeReader») – Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint») – Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащённость оборудованием и техническими средствами обучения
1.	Лабораторные занятия	<p>Аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№301 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор)</p> <p>ауд.№307 (Комплект учебной мебели, доска учебная)</p> <p>ауд.№310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)</p> <p>ауд.№410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования)</p> <p>ауд.№412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)</p>
2.	Групповые и индивидуальные консультации	<p>Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)</p> <p>ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)</p> <p>ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования)</p> <p>ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)</p>

3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.