

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Т.А. Хагуров

подпись

28 мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.04 Современные технологии политического маркетинга

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность

41.04.04 Политология

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

Прикладная политология: политический консалтинг и экспертиза

(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения

очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация

магистр

Краснодар 2021

Рабочая программа дисциплины **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 41.04.04 Политология

Программу составил(и):

А.Б. Сазантович, доц., канд. полит. наук

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


_____ подпись

Рабочая программа дисциплины «Современные технологии политического маркетинга» утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления
протокол № 9 «22» апреля 2021 г.

Заведующий кафедрой ГПГУ

Мирошниченко И.В.

фамилия, инициалы

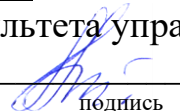

_____ подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии
протокол № 4 «26» апреля 2021 г.

Председатель УМК факультета управления и психологии

Шлюбуль Е.Ю.

фамилия, инициалы


_____ подпись

Рецензенты:

Рецензенты:

Шакалов И.И., Генеральный директор Фонда развития Краснодарского края, советник юстиции РФ 2 класса, кандидат социологических наук, доцент

Гетманцев К.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры организации и планирования местного развития КубГУ

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов способность самостоятельно разрабатывать, планировать, координировать реализацию политических кампаний и проектов с использованием современных технологий политического маркетинга на основе поиска, критического анализа и использования необходимой информации.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать знания о системе политического маркетинга и ее компонентах, а также источниках информации, методах ее поиска, сбора, интерпретации;
- развить способность самостоятельно осуществлять планирование, подготовку, реализацию и оценку политической кампании, проекта, мероприятия с использованием современных технологий политического маркетинга;
- выработать навыки материально-технического, информационного и документального сопровождения реализации политических кампаний, проектов, мероприятий.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Современные технологии политического маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен обладать знаниями, приобретенными в процессе изучения предшествующего или параллельного изучения таких курсов, как: «Управление проектами в публичной сфере», «Медиаменеджмент профессиональной коммуникации и политическая публицистика», «Методы анализа политических процессов и ситуаций в современной России», «Современные технологии политического менеджмента».

В свою очередь, знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения настоящей дисциплины, способствуют более полному освоению параллельных курсов: «Планирование и организация политических кампаний», «Политическая повестка дня: структура и технологии формирования».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ПК-2. Способен самостоятельно организовывать и координировать проведение политических кампаний и мероприятий, реализацию политических проектов на основе задач, поставленных руководителями (заказчиками) кампаний.	
ИПК-2.1. Самостоятельно разрабатывает и планирует реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает методы разработки и планирования политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Умеет самостоятельно разрабатывать и планировать реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Владет навыками самостоятельной разработки, планирования и организации проектов, кампаний, мероприятий
ИПК-2.2. Самостоятельно организывает и координирует реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает методы организации и координации проведения политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Умеет самостоятельно организовывать и координировать реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ИПК-2.3. Оценивает эффективность деятельности и результаты реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает критерии и индикаторы оценки эффективности деятельности и результаты реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Умеет оценивать эффективность деятельности и результаты реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Владеет навыками оценки результатов реализации политических проектов, кампаний, мероприятий
ИПК-2.4 Обеспечивает документальное и информационное сопровождение реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает содержание и процедуры документального и информационного сопровождения реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Умеет обеспечивать документальное и информационное сопровождение реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.
	Владеет навыками подготовки документов и информационных материалов для реализации политических проектов, кампаний, мероприятий

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (очная форма обучения)

Виды работ		Всего часов	Форма обучения	
			очная	
			3 сем. (часы)	4 сем.(часы)
Контактная работа, в том числе:		36,2	36,2	
Аудиторные занятия (всего):		36	36	
Занятия лекционного типа		8	8	-
Лабораторные занятия		-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		28	28	-
Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2	
Самостоятельная работа, в том числе:		35,8	35,8	
Курсовая работа		-	-	-
Работа с учебным (теоретическим) материалом		15,8	15,8	-
Выполнение индивидуальных и групповых заданий (подготовка презентации, просмотр фильма)		20	20	-
Подготовка к текущему контролю				-
Контроль:				
Общая трудоемкость	час.	72	72	-
	в том числе контактная работа	36,2	36,2	
	зач. ед	2	2	

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (очная форма обучения)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические основы маркетинговых коммуникаций	11	2	4		5
2.	Система политического маркетинга и ее компоненты	12	2	4		6
3.	Инструментарий и технологии современного политического маркетинга	10		4		6
4.	Политическая кампания, ее планирование, подготовка, реализация	12		6		6
5.	Оценка эффективности политической кампании	12	2	4		6
6.	Социокультурные и территориальные особенности современных маркетинговых коммуникаций и политика идентичности	14,8	2	6		6,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	71,8	8	28	0	35,8
	<i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>					
	<i>Курсовая работа</i>					
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,2				
	<i>Подготовка к текущему контролю</i>					
	<i>Общая трудоемкость по дисциплине</i>	72				

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в на 1-2 курсе (заочная форма обучения)

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	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1.	Теоретические основы маркетинговых коммуникаций	Маркетинговые коммуникации: понятие и основные виды (реклама, связи с общественностью, брендинг и др.) Интегрированные маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные этапы. Барьеры коммуникации.	Степень участия в лекции-дискуссии.
2.	Система политического маркетинга и ее компоненты	Политический маркетинг как философия, стиль мышления, культура рыночного поведения. Политический маркетинг как научная дисциплина и стратегия действий. Маркетинговый комплекс 5P (Product, Price, Promotion, Place, People) применительно к социальному и политическому маркетингу. Понятие социальной и политической услуги, мультиатрибутивная модель социальной услуги. Структура политического маркетинга. Факторы распространения маркетинговых подходов в российской политике (внутренние и внешние). Информационное и документационное сопровождение политических коммуникаций маркетинговой направленности.	Степень участия в лекции-дискуссии.
3.	Инструментарий и технологии современного	Современное понимание политического рынка. Уровни политического рынка. Виды политических рынков: электоральный, рынок государственной власти и рынок	Степень участия в лекции-дискуссии.

	политического маркетинга	политической активности. Инфраструктура политических рынков. Специфика сегментации политического рынка. Микро- и макроуровень сегментации политических рынков. Основные этапы процесса сегментирования. Стратегии охвата политического рынка (недифференцированный, дифференцированный, концентрированный охват). Методы маркетинговых исследований – приёмы, процедуры и операции эмпирического, теоретического и практического изучения и анализа политической среды. Количественные и качественные методы исследований, «подводные камни» исследований.	
4.	Политическая кампания, ее планирование, подготовка, реализация	Основные этапы маркетингового проекта в политической кампании: анализ, дизайн, планирование, коммуникация, оценка и обратная связь. Определение стратегии и тактики политической кампании. Методы планирования: матричный метод, сетевой график, обратное планирование. Особенности коммуникации в политической кампании. Основные коммуникативные стратегии. Технологии маркетинговых коммуникаций в политической сфере.	Степень участия в лекции-дискуссии.
5.	Оценка эффективности политической кампании	Изучение обратной связи и оценка эффективности как неотъемлемые компоненты политической кампании. Критерии и методы оценки эффективности политической кампании. Источники информации при изучении политической кампании.	Степень участия в лекции-дискуссии.
6.	Социокультурные и территориальные особенности современных маркетинговых коммуникаций и политика идентичности	Понятие территориального маркетинга и его политическое измерение. Задачи и функции территориального маркетинга. Факторы формирования и структура имиджа страны/региона. Технологии продвижения имиджа территорий. Возрастные, социокультурные и территориальные детерминанты маркетинговых коммуникаций. Понятие «перцептивных фильтров». Политика идентичности: понятие и структура. Использование маркетинговых технологий (символизация, брендинг и пр.) в политике идентичности.	Степень участия в лекции-дискуссии.

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы)

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1.	Теоретические основы маркетинговых коммуникаций	Маркетинговые коммуникации: понятие и основные виды (реклама, связи с общественностью, брендинг и др.) Интегрированные маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные этапы. Барьеры коммуникации.	Дискуссия «Теория и практика политического маркетинга»
2.	Система политического маркетинга и ее компоненты	Политический маркетинг как философия, стиль мышления, культура рыночного поведения. Политический маркетинг как научная дисциплина и стратегия действий. Маркетинговый комплекс 5P (Product, Price, Promotion, Place, People) применительно к социальному и политическому маркетингу. Понятие социальной и политической услуги, мультиатрибутивная модель социальной услуги. Структура политического маркетинга. Факторы распространения маркетинговых подходов в российской политике (внутренние и внешние). Информационное и документационное сопровождение политических коммуникаций маркетинговой направленности.	Case-study: работа в малых группах по анализу политической кампании
3.	Инструментарий и	Современное понимание политического рынка. Уровни	Анализ док.

	технологии современного политического маркетинга	политического рынка. Виды политических рынков: электоральный, рынок государственной власти и рынок политической активности. Инфраструктура политических рынков. Специфика сегментации политического рынка. Микро- и макроуровень сегментации политических рынков. Основные этапы процесса сегментирования. Стратегии охвата политического рынка (недифференцированный, дифференцированный, концентрированный охват). Методы маркетинговых исследований – приёмы, процедуры и операции эмпирического, теоретического и практического изучения и анализа политической среды. Количественные и качественные методы исследований, «подводные камни» исследований.	<i>фильма</i>
4.	Политическая кампания, ее планирование, подготовка, реализация	Основные этапы маркетингового проекта в политической кампании: анализ, дизайн, планирование, коммуникация, оценка и обратная связь. Определение стратегии и тактики политической кампании. Методы планирования: матричный метод, сетевой график, обратное планирование. Особенности коммуникации в политической кампании. Основные коммуникативные стратегии. Технологии маркетинговых коммуникаций в политической сфере.	<i>Работа в малых группах «Планируем кампанию»</i>
5.	Оценка эффективности политической кампании	Изучение обратной связи и оценка эффективности как неотъемлемые компоненты политической кампании. Критерии и методы оценки эффективности политической кампании. Источники информации при изучении политической кампании.	<i>Анализ видеоматериалов</i> <i>Анализ раздаточного материала</i>
6.	Социокультурные и территориальные особенности современных маркетинговых коммуникаций и политика идентичности	Понятие территориального маркетинга и его политическое измерение. Задачи и функции территориального маркетинга. Факторы формирования и структура имиджа страны/региона. Технологии продвижения имиджа территорий. Возрастные, социокультурные и территориальные детерминанты маркетинговых коммуникаций. Понятие «перцептивных фильтров». Политика идентичности: понятие и структура. Использование маркетинговых технологий (символизация, брендинг и пр.) в политике идентичности.	<i>Презентация</i>

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.

2.3.3 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	Изучение литературы и электронных ресурсов по теме занятий	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 41.04.04 – Политология, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 7 от 27.04.2021 г.
2	Проработка теоретического материала (подготовка к проблемным семинарам,	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 41.04.04 – Политология,

	дискуссиям, групповой работе)	утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 7 от 27.04.2021 г.
3	Подготовка к групповой работе	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 41.04.04 – Политология, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 7 от 27.04.2021 г.
4	Анализ раздаточного материала, видеоматериалов, документального фильма	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки 41.04.04 – Политология, утверждены на заседании Ученого совета факультета управления и психологии Кубанского государственного университета, протокол № 7 от 27.04.2021 г.

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, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В преподавании курса используются современные образовательные технологии:

- мультимедийные лекции с элементами дискуссии;
- лекции-дискуссии;
- информационно-коммуникативные технологии;
- исследовательские методы в обучении;
- проблемное обучение.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие студентам информацию, соответствующую программе.

Задача семинарских занятий – развитие у студентов навыков по применению теоретических положений к решению практических проблем. С этой целью разработаны задания для выполнения на семинарах. Они состоят из упражнений, ориентированных на усвоение теоретического материала и умения его использовать для решения практических задач.

На семинаре отводится время для дискуссии, в которой участвуют докладчик, подготовивший сообщение по какой-либо практической проблеме, его оппоненты (1 или 2 человека), подготовившие контраргументы, и другие студенты группы.

Еще одна форма организации работы студентов – подготовка устных докладов, которые представляет собой небольшое исследование по заданной теме. Для ответов на индивидуальные вопросы, а также для помощи в подготовке докладов и индивидуальных заданий предусмотрены индивидуальные консультации преподавателя.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Решение юридических, экономических (других) задач с применением справочных систем «Гарант», «Консультант +».

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины *«Современные технологии политического маркетинга»*.

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме, разноуровневых практических заданий, web-круиза, дискуссий, презентаций, и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1. Самостоятельно разрабатывает и планирует реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает методы разработки и планирования политических проектов, кампаний и мероприятий.	Дискуссия «Теория и практика политического маркетинга»	Вопросы на зачете 1-4, 15, 16
		Умеет самостоятельно разрабатывать и планировать реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.	Анализ раздаточного материала	Вопросы на зачете 1-4, 7, 11
		Владеет навыками самостоятельной разработки, планирования и организации проектов, кампаний, мероприятий	Работа в малых группах «Планируем кампанию»	Вопросы на зачете 8-10
2	ИПК-2.2. Самостоятельно организывает и координирует реализацию политических проектов,	Знает методы организации и координации проведения политических проектов, кампаний и мероприятий.	Дискуссия «Теория и практика политического маркетинга» Анализ раздаточного материала	Вопросы на зачете 8-10

	кампаний и мероприятий.	Умеет самостоятельно организовывать и координировать реализацию политических проектов, кампаний и мероприятий.	Анализ док. фильма Презентация	Вопросы на зачете 8-10
3	ИПК-2.3. Оценивает эффективность деятельности и результаты реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает критерии и индикаторы оценки эффективности деятельности и результаты реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Дискуссия «Теория и практика политического маркетинга» Анализ видео-материалов	Вопросы на зачете 12, 13,14
		Умеет оценивать эффективность деятельности и результаты реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Case-study: работа в малых группах по анализу политической кампании Анализ видео-материалов	Вопросы на зачете 13,14, 15
		Владеет навыками оценки результатов реализации политических проектов, кампаний, мероприятий	Case-study: работа в малых группах по анализу политической кампании Анализ видео-материалов	Вопросы на зачете 13,14, 15, 16
4	ИПК-2.4 Обеспечивает документальное и информационное сопровождение реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Знает содержание и процедуры документального и информационного сопровождения реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Анализ раздаточного материала Анализ док. фильма	Вопросы на зачете: 5,6
		Умеет обеспечивать документальное и информационное сопровождение реализации политических проектов, кампаний и мероприятий.	Анализ раздаточного материала Анализ док. фильма	Вопросы на зачете: 5,6
		Владеет навыками подготовки документов и информационных материалов для реализации политических проектов, кампаний, мероприятий	Работа в малых группах «Планируем кампанию»	Вопросы на зачете: 5,6

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
Примерный перечень вопросов и заданий

Пример вопросов для дискуссии «Теория и практика политического маркетинга».

1. Работают ли экономические законы в политическом пространстве?
2. Какому обмену способствует политический маркетинг?
3. Что продается и что покупается на политическом рынке?
4. Какой монетой платят на политическом рынке?
5. Как происходит сегментирование политического рынка и позиционирование товара на нем?
6. Какие технологии используются в политическом маркетинге?
6. Какова роль коммуникационных средств в политическом маркетинге?
7. Назовите основные каналы маркетинговых коммуникаций?
8. Что такое целевая группа? Почему определение целевых групп так важно для маркетинговых коммуникаций?

Работа в малых группах над учебным кейсом «case-study».

Кейс-стади «Анализ политической кампании»

Описание ситуации

Студентам на выбор предоставляются ситуации в виде избирательной кампании Б.Н. Ельцина 1996 года, Д.А. Медведева 2007 года, Б. Обамы 2009, Д. Трампа 2017 года.

- Задачи исследования:
- Охарактеризовать основные компоненты маркетингового комплекса.
- Дать общую характеристику избирательной кампании.
- Выявить переломные моменты кампании.
- Разработка практических рекомендаций по повышению результативности политической кампании.

Вопросы и задания:

- 1). Определите, какая из кампаний характеризуется наиболее высоким уровнем организационной подготовки.
- 2). На какие целевые группы делали ставку консультанты? Является ли их выбор обоснованным?
- 3). Какие из выявленных инструментов/технологий могут быть эффективными в современной российской политике?

Презентация инновационных технологий формирования имиджа страны/региона

Рекомендуемая структура презентации

1. Формирование имиджа региона/страны как политическая кампания (обоснование).
2. Основные подходы к выделению структуры имиджа территориальных образований
3. Примеры успешного формирования имиджа стран/регионов
4. Анализ широко применяемых технологий для формирования имиджа стран-регионов
5. Примеры и анализ эффективности новых технологий формирования имиджа территорий
6. Собственные предложения по выработке новых имиджевых технологий и

критериев их содержательного наполнения

7. Рекомендации по выработке инновационной имиджевой кампании региона
8. Организационное обеспечение инновационной имиджевой кампании региона
9. Политические эффекты формирования имиджа стран и регионов

Работа в малых группах «Планируем кампанию»

Студенты работают в малых группах. Не менее трех групп. Между группами по жребью распределяются методы планирования: матричный, график, обратное планирование. Мероприятие студенты выбирают самостоятельно, исходя из цели и задач освоения дисциплины, основные критерии – удаленность по времени, необходимость планирования множества действий, потребность в привлечении ресурсов из разных источников, необходимость распределения ролей между участниками в процессе подготовки, подготовка пакета отчетной документации.

Рекомендуемая структура краткого устного отчета:

1. Характеристика предстоящего мероприятия, анализ его целей.
2. Отражение поэтапного планирования ключевых действий (возможна демонстрация презентации).
3. Характеристика потребности в ресурсах и способы их привлечения.
4. Смета

Анализ раздаточного материала

Раздаточный материал включает в себя коллекцию социальной и политической рекламы в форме листовок, плакатов, рекламных/новостных текстов. Анализ раздаточного материала представляет собой работу в малых группах. Итогом анализа раздаточного материала должно стать выступление групп с кратким отчетом следующего содержания:

- Характеристика содержания материала
- Анализ структурных (оформительских) и содержательных элементов
- Цель обращения автора материала
- Ожидаемые социальные эффекты

Анализ фильма

В порядке самостоятельной работы, студенты знакомятся с документальным фильмом о становлении и развитии политического маркетинга и политических технологий. Студенты готовятся к обсуждению фильма и отвечают на следующие дискуссионные вопросы:

1. Как вы оцениваете достоверность просмотренного фильма?
2. Какова, по-вашему, цель его выхода на экраны?
3. Что хотели донести аудитории авторы фильма?
4. Где зародилась профессия политического технолога?
5. Охарактеризуйте главные профессии-доноры только-только начинающего формироваться профессионального сообщества политических технологов.
6. Перечислите основных спикеров фильма и охарактеризуйте основные вехи в их карьере политического технолога?
7. Как в фильме оценивается необходимость профессии политического технолога.
8. Какие инструменты политического маркетинга описываются в фильме?
9. Как вы думаете, сохранилась ли их актуальность в наше время?
10. Возможно, на ваш взгляд, первые технологи делали существенные упущения? Каких ошибок можно было избежать?
11. Посоветуйте усовершенствования технологий, с которыми вы познакомились?

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

Перечень вопросов для подготовки к зачету.

1. Маркетинговые коммуникации: понятие и основные виды.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
3. Понятие и элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
4. Маркетинговый комплекс 5Р: понятие и особенности в социальном и политическом маркетинге.
5. Организационное и документационное сопровождение политических коммуникаций маркетинговой и рекламной направленности.
6. Политическое консультирование.
7. Современное понимание и виды политических рынков.
8. Основные методы маркетинговых исследований.
9. Ключевые этапы политической кампании.
10. Методы планирования политической кампании.
11. Процесс коммуникации и его основные этапы.
12. Стратегии и технологии коммуникации в политической кампании.
13. Получение обратной связи от политической кампании: источники информации.
14. Оценка эффективности политической кампании: критерии и методы.
15. Территориальный маркетинг и формирование имиджа страны/региона.
16. Использование маркетинговых технологий (символизация, брендинг и пр.) в политике идентичности.

Критерии оценивания результатов обучения

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по дисциплине является зачет. Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом.

Зачет по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения зачета: устно.

Преподавателю предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Критерии оценки:

«отлично»/ «зачтено» - студент демонстрирует системные знания о содержании вопросов, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическим содержанием научного и социального проектирования; имеет использовать методы и алгоритмы научного и социального проектирования в собственной профессиональной деятельности, использовать результаты и продукты научного и социального проектирования в профессиональной сфере;

«хорошо»/ «зачтено» - студент демонстрирует общие знания по содержанию вопросов, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическим содержанием научного и социального проектирования;

«удовлетворительно»/ «зачтено» - студент имеет фрагментарные представления о содержании вопросов, частично освоил понятийно-категориальный аппарат научного и социального проектирования;

«неудовлетворительно»/ «незачтено» - непонимание сущности излагаемых вопросов, студент допускает грубые ошибки в ответе, демонстрирует неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

Результат сдачи зачета заноситься преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

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.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Борщевский Г.А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2018. - 267 с. - <https://biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1>.

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438>

3. Кузнецов П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754>

4. Лебедев А.Н. Личность в системе маркетинговых коммуникаций / А.Н. Лебедев, О.В. Гордякова ; Институт психологии ; учредители: Российская академия наук. - М. : Институт психологии РАН, 2015. - 303 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-9270-0305-1 ; - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430544>

5. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01470-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102>

6. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью : имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - <https://e.lanbook.com/book/97267>.

7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Человек. Сообщество. Управление. URL: <http://chsu.kubsu.ru>
3. Полис. Политические исследования URL: <http://politstudies.ru>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
11. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
2. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;

4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
5. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
8. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
9. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
10. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
11. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал, практических занятий, которые направлены на формирование знаний и умений, предусмотренных компетенциями.

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине «Политология».

Контроль самостоятельной работы осуществляется:

- а) текущий контроль осуществляется еженедельно в соответствии с программой занятий;
- б) промежуточный контроль по итогам освоения разделов дисциплины осуществляется в форме оценки устных ответов на экзамене.

На семинарских занятиях и при подготовке к ним (самостоятельная работа) применяются интерактивные образовательные технологии.

Методические рекомендации по написанию конспекта на лекционном занятии

Рекомендации студенту по написанию конспекта на лекционном занятии:

- необходимо полностью прослушать небольшой информационный блок из одного или нескольких предложений, которые рассказывает преподаватель в рамках темы;
- необходимо сократить его, оставив наиболее существенные элементы, не записывая вводные слова и избыточные пояснения;
- рекомендуется обязательно использовать перечень сокращений по данной дисциплине;
- необходимо отмечать в конспекте наиболее сложные для понимания моменты, на которые, в том числе, указывает и преподаватель;

– по окончании лекции рекомендуется задать уточняющие вопросы преподавателю и получить разъяснения по положениям пройденной лекции, которые вызывают непонимание или сомнения;

– с целью доработки текста необходимо в период пауз на лекции или после лекции восстановить текст в памяти, исправить ошибки, расшифровать не принятые ранее сокращения и заполнить пропущенные места

– окончании лекции рекомендуется выделить маркером определения ключевых терминов, названия теорий и подходов, элементы классификации и т.д.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания ответов в процессе устного опроса:

Критерии оценки:

«удовлетворительно»/ «зачтено» - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы проблемного семинара, частично освоил понятийно-категориальный аппарат;

«хорошо»/ «зачтено» - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме проблемного семинара, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;

«отлично»/ «зачтено» - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме проблемного семинара, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания участия в дискуссии:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - студент активно участвует в дискуссии, логично и последовательно выражает свой ответ, демонстрирует знания, которые соответствуют объему их раскрытия; правильно использует научную терминологию в контексте ответа; демонстрирует умения объяснять причинно-следственные и функциональные связи; раскрывать на примерах относящиеся к вопросу теоретические положения и понятия; формулировать собственные суждения и аргументы.

«хорошо» / «зачтено» - студент допускает малозначительные ошибки, или недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения, или не обнаружил какое-либо из необходимых для раскрытия данного вопроса умение.

«удовлетворительно» / «зачтено» - в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания презентации:

Критерии оценки:

«отлично»/ «зачтено» - презентация адекватно отражает содержание и структуру сформулированного задания; студент творчески подошел к визуализации материала; в публичной защите отражены аналитические обобщения и выводы;

«хорошо»/ «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; в публичной защите отражены фрагментарные аналитические обобщения и выводы;

«удовлетворительно» / «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; отсутствуют аналитические обобщения и выводы.

Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания работы в малых группах:

Работа в малых группах над учебным кейсом (CASE-study).

Кейс-стади основан на детальном ситуационном анализе конкретных, реальных ситуаций. Для работы необходимо описание кейса, вопросы и задания к нему и, при необходимости, дополнительные материалы. Если описание кейса имеет большой объем, либо кейс сопровождается дополнительными материалами, студенты получают их для ознакомления заблаговременно.

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

«хорошо» / «зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов.

«удовлетворительно» / «зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов.

Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания анализа раздаточного материала/видеоматериала/фильма:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - в сообщении отражаются все требования, сформулированные к его содержанию, студент демонстрирует умение анализировать раздаточный материал.

«хорошо» / «зачтено» - сообщение представляет собой самостоятельный анализ раздаточного материала, однако не в полной мере отражает требования, сформулированные к его содержанию.

«удовлетворительно» / «зачтено» - сообщение студента представляет собой изложение текста раздаточного материала без самостоятельного анализа.

Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания ответа на зачете:

Итоговой формой контроля формирования компетенций у обучающихся по дисциплине является зачет. Студенты обязаны сдать экзамен в соответствии с расписанием и учебным планом.

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации состоит из вопросов к зачету по дисциплине.

Зачет по дисциплине преследует цель оценить работу студента за курс, получение теоретических знаний, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение применять полученные знания для решения практических задач.

Форма проведения зачета: устно.

Принимающий зачет преподаватель вправе задать два основных вопроса, а также, в случае, если ответ на них неполный или содержит неточности – задавать дополнительные вопросы по всему курсу.

Результат сдачи зачета заносится преподавателем в экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

Критерии оценки:

Критерии оценки

- «зачтено» - студент дает ответ на два заданных вопроса. При этом допускаются неточности, отсутствие отдельных элементов ответа на вопросы. Владение

категориальным аппаратом должно носить завершённый характер. Должны быть даны ответы на большинство уточняющих вопросов, если таковые будут заданы.

- «не зачтено» - студент не готов, не отвечает хотя бы на один из двух заданных ему вопросов. Либо на вопросы отвечает неправильно, либо в ответах содержится большое количество ошибок, либо не даёт или даёт неправильные ответы на уточняющие вопросы.

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.

Контроль самостоятельной работы осуществляется: текущий контроль осуществляется еженедельно в соответствии с программой занятий; промежуточный контроль по итогам дисциплины осуществляется в форме оценки устных ответов на вопросы по билетам.

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.

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. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащённость специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки факультета управления и психологии)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice