


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
_____ Кашуров Т.А.
« 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии политической рекламы»

Направление подготовки/специальность

41.04.04 Политология

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

Экспертно-аналитическая деятельность в публичной политике и управлении
(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация магистр

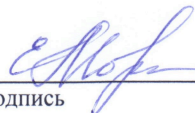
Краснодар 2023

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии политической рекламы» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 41.04.04 Политология

Программу составил(и):

Е.В. Морозова, проф., д-р филос. н., проф.

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


подпись

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления протокол № 11 «11» апреля 2023 г.

Заведующий кафедрой ГПГУ

Мирошниченко И.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии

протокол № 4 «17» апреля 2023 г.

Председатель УМК факультета управления и психологии

Шлюбуль Е.Ю.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Федорова М.М., доктор политических наук, зав. сектором Института философии РАН, декан факультета политологии ГАУГН

Рожков А.Ю., доктор исторических наук, профессор, зав. кафедрой социологии КубГУ

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1. Цель дисциплины: формирование знаний, умений и навыков, необходимых для анализа, диагностики и прогнозирования деятельности в области политической рекламы.

1.2. Задачи дисциплины:

- формирование знаний о политической рекламе как структурном компоненте политического маркетинга;
- формирование представлений о видах политической рекламы и каналах рекламной коммуникации;
- формирование представлений о стратегиях и технологиях политической рекламы в современных условиях;
- формирование и развитие у магистров умений и навыков, необходимых для самостоятельной разработки экспертных материалов по вопросам политической рекламы, отражения маркетинговых подходов в стратегиях деятельности политических акторов.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии политической рекламы» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для изучения дисциплины «Технологии политической рекламы» студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере», «Медиаменеджмент профессиональной коммуникации и политическая публицистика», «Современные технологии политического менеджмента», «Публичная политика и управление». Знания, полученные студентами при изучении дисциплины «Технологии политической рекламы», будут использоваться в процессе итоговой аттестации.

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

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять аналитическую и экспертную поддержку и оценку выработки и принятия решений в публичной политике и управлении	и экспертную поддержку и оценку выработки и принятия решений в публичной политике и управлении
ИПК-1.1. Осуществляет анализ и диагностику системы публичной политики и разрабатывает прогнозы политических процессов в РФ	Знает методы анализа и диагностики системы публичной политики, прогнозирования политических процессов в РФ.
	Умеет осуществлять анализ и диагностику публичной политики и разрабатывать прогнозы политических процессов в РФ.
	Владеет навыками анализа и диагностики символической политики и политики идентичности.
ИПК-1.2. Самостоятельно разрабатывает экспертные материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.	Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней и внешней политики РФ, методы их разработки.
	Умеет самостоятельно разрабатывать экспертные материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.
	Обладает навыками самостоятельной разработки экспертных материалов по вопросам символической политики и политики идентичности в РФ
ИПК-1.3. Разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и	Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной политики.

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
бизнес-структур как субъектов публичной политики.	Умеет разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной политики.
	Владет навыками разработки стратегии деятельности субъектов публичной политики по формированию гражданской, региональной и локальной идентичности.
ИПК-1.4. Осуществляет информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений субъектов публичной политики.	Знает процедуры информационно-аналитического обеспечения выработки и принятия политических решений субъектов публичной политики.
	Умеет реализовать информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений.
	Обладает навыками организации информационно-аналитического обеспечения выработки и принятия политических решений субъектов политики идентичности.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

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

Виды работ	Всего часов	Форма обучения	
		очная	
			2 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	24,2		24,2
Аудиторные занятия (всего):	24		24
занятия лекционного типа	12		12
лабораторные занятия	-		-
практические занятия	12		12
семинарские занятия	-		-
Иная контактная работа:	0,2		0,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-		-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2		0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	47,8		47,8
<i>Подготовка к лекции (дискуссии, работы в малых группах)</i>	4		4
<i>Подготовка к практическому семинару (подготовка заданий)</i>	8		8
<i>Решение ситуационных задач (кейсов)</i>	4		4
<i>Подготовка групповых творческих заданий</i>	8		8
<i>Подготовка презентаций</i>	8		8
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников)</i>	8		8

<i>и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>			
Подготовка к текущему контролю		7,8	7,8
Контроль:			
Подготовка к зачету			-
Общая трудоемкость		72	72
Общая трудоемкость	в том числе контактная работа	24,2	24,2
	зач. ед	2	2

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (очная форма обучения).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	12	2	2		8
2.	Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.	12	2	2		8
3.	Политическая реклама: виды и функции.	16	4	2		10
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	14	2	2		10
5.	Технологии политической рекламы в цифровом обществе.	17,8	2	4		11,8
6.	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	72	12	12		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	<p>Политический маркетинг как философия, стиль мышления, культура рыночного поведения. ПМ как научная дисциплина и стратегия действий. Структура маркетинга.</p> <p>Факторы распространения маркетинговых подходов в российской политике (внутренние и внешние). Уровни политических рынков. Три вида политических рынков: электоральный, рынок государственной власти и рынок политической активности. Инфраструктура политических рынков. Макро- и микро-сегментация политического рынка. Основные этапы процесса сегментирования. Стратегии охвата политического рынка (недифференцированный, дифференцированный, концентрированный охват).</p>	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>
2.	Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.	<p>Маркетинговые коммуникации: понятие и основные виды (реклама, связи с общественностью, брендинг и др.)</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные этапы. Барьеры коммуникации.</p>	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>

3.	Политическая реклама: виды и функции.	Функции политической рекламы. Типология политической рекламы (Примитивная реклама (ролики), «Говорящая голова», Негативная реклама, Концептуальная реклама, «Правдивое кино», «Личные свидетельства», «Нейтральный репортер», «Кандидат в действии»). Каналы коммуникации. Креатив и структура рекламного продукта.	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	Основные технологии политической рекламы (критерии: каналы коммуникации, вид кодировки, модель позиционирования политической услуги и др.)	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>

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

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	Политический маркетинг как философия, стиль мышления, культура рыночного поведения. ПМ как научная дисциплина и стратегия действий. Структура маркетинга. Факторы распространения маркетинговых подходов в российской политике (внутренние и внешние). Уровни политических рынков. Три вида политических рынков: электоральный, рынок государственной власти и рынок политической активности. Инфраструктура политических рынков. Макро- и микро-сегментация политического рынка. Основные этапы процесса сегментирования. Стратегии охвата политического рынка (недифференцированный, дифференцированный, концентрированный охват).	Устный опрос по теме
2.	Понятие интегрированных 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.	Устный опрос по теме. Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования»
3.	Политическая реклама: виды и функции.	Функции политической рекламы. Типология политической рекламы (Примитивная реклама (ролики), «Говорящая голова», Негативная реклама, Концептуальная реклама, «Правдивое кино», «Личные свидетельства», «Нейтральный репортер», «Кандидат в действии»). Каналы коммуникации. Креатив и структура рекламного продукта.	Устный опрос по теме. Работа с раздаточным материалом.
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	Основные технологии политической рекламы (критерии: каналы коммуникации, вид кодировки, модель позиционирования политической услуги и др.)	Устный опрос по теме Групповой проект «Анализ наружной политической рекламы»
5.	Технологии политической рекламы в цифровом обществе.	Процессы дигитализации политической рекламы: сущность, причины и последствия. Цифровые каналы политической коммуникации. Виды онлайн рекламы: контекстная реклама, медийная реклама (баннеры и видео), таргетированная реклама, SEO (search engine	Презентации видов онлайн рекламы

	optimization), SMM (social media marketing), управление репутацией в сети, PR публикации, тизерная реклама	
--	--	--

2.3.3 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	Самостоятельная работа студентов по изучению литературы.	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	Подготовка проектных предложений	Методические рекомендации по организации проектной деятельности студентов, обучающихся 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.
3	Подготовка презентаций	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)

- *Мультимедиа - лекция.* Все лекционные занятия предполагают подготовку преподавателем мультимедийных презентаций изучаемой темы. Использование визуальной поддержки существенно повышает познавательную мотивацию студентов, в отдельных случаях в презентациях используются аудио- и видео-фрагменты.

- *Лекция с элементами дискуссии* является наиболее оптимальной формой для изложения/обсуждения дискуссионных вопросов, предполагает такую разновидность как Pro&Contra. Вопросы для дискуссии используются преподавателем в течение проведения

лекции с элементами дискуссии, работа над вопросами может производиться как с вовлечением всей аудитории, так и с разделением аудитории на малые группы.

- *Проблемный семинар* в данном курсе проводится с использованием двух образовательных технологий – метода работы в малых группах по методикам «пирамида» или «Pro&Contra».

- *Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования».*

- *Презентации* предполагают самостоятельную работу по сбору информации малыми группами студентов (3-4 чел.) по предложенному преподавателем плану, анализ и визуализацию собранной информации и представление презентаций на практическом занятии.

- *Проектная работа «Анализ наружной политической рекламы»*

Самостоятельная внеаудиторная работа включает в себя подготовку к практическим занятиям, сбор материала для проектной деятельности, рассмотрение кейс-стади, подготовку к мини-конференции

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме устного доклада по проблемным вопросам, разноуровневых практических заданий, дискуссии, презентация, мини-конференции и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

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-1.1. Осуществляет анализ и диагностику системы публичной политики и разрабатывает прогнозы политических процессов в РФ.	Знает методы анализа и диагностики системы публичной политики, прогнозирования политических процессов в РФ. Умеет осуществлять анализ и диагностику публичной политики и разрабатывать прогнозы политических процессов в РФ. Владет навыками анализа и диагностики символической политики и политики идентичности.	Устный опрос по теме «Политический маркетинг: основные теоретические подходы». Работа с раздаточным материалом.	Вопросы к зачету 1-3, 10-12

2	ИПК-1.2. Самостоятельно разрабатывает экспертные материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.	Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней и внешней политики РФ, методы их разработки. Умеет самостоятельно разрабатывать экспертные материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ. Обладает навыками самостоятельной разработки экспертных материалов по вопросам символической политики и политики идентичности в РФ.	Устный опрос по теме «Интегрированные маркетинговые коммуникации». Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования».	Вопросы к зачету 4-6
3	ИПК-1.3. Разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной политики.	Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной политики. Умеет разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной политики. Владеет навыками разработки стратегии деятельности субъектов публичной политики по формированию гражданской, региональной и локальной идентичности.	Устный опрос по теме «Политическая реклама: виды и функции», «Технологии политической рекламы в цифровом обществе». Групповой проект «Анализ наружной политической рекламы»	Вопросы к зачету 7-11
4	ИПК-1.4. Осуществляет информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений субъектов публичной политики.	Знает процедуры информационно-аналитического обеспечения выработки и принятия политических решений субъектов публичной политики. Умеет реализовать информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений. Обладает навыками организации информационно-аналитического обеспечения	Устный опрос по теме «Основные технологии политической рекламы: критерии классификации». Презентация видов онлайн рекламы.	Вопросы к зачету 10-14, 6-9

		планирования деятельности в сфере политической рекламы.		
--	--	---	--	--

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

- *Вопросы для дискуссии* – используются преподавателем в течение проведения лекции с элементами дискуссии, работа над вопросами может производиться как с вовлечением всей аудитории, так и с разделением аудитории на малые группы.

Пример вопросов для дискуссии «Понятие маркетинговых коммуникаций, их цели и задачи. Комплекс маркетинговых коммуникаций».

1. Работают ли спрос и предложение в социальном/политическом пространстве?
2. Какому обмену способствует социальный/политический маркетинг?
3. Что является товаром и что – платой на политическом рынке
4. Как происходит сегментирование политического/социального рынка и позиционирование товара на нем?
5. Какие технологии используются в социальном и политическом маркетинге?
6. Какова роль коммуникационных средств в социальном и политическом маркетинге?
7. Назовите основные каналы маркетинговых коммуникаций?
8. Что такое целевая группа? Почему определение целевых групп так важно для маркетинговых коммуникаций?

- *Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования»*

Описание ситуации

Группа энтузиастов, занимающихся вопросами прикладной урбанистики в г. Краснодаре, оформилась в гражданскую инициативу «Помоги городу». На страницах движения в социальных сетях зарегистрированы более 3 тысяч пользователей. (<https://ru-ru.facebook.com/groups/helpcity/>; <https://vk.com/club94091190>) Активность сторонников движения сводится в основном к обсуждению вопросов городской повестки дня в социальных сетях. Число участников мероприятий (арт-субботников, экологических акций и др.) не превышает несколько десятков человек. В связи с этим предполагается провести маркетинговое исследование с целью выяснения восприятия образа движения «Помоги городу» среди жителей г. Краснодара, а также выработки предложений по повышению уровня информированности горожан о деятельности данного движения.

Задачи исследования:

Выявление идеального образа гражданского движения.

Выявление структурных компонентов образа движения «Помоги городу» в сознании жителей города.

Оценка эффективности проводимой движением информационной работы с использованием различных каналов коммуникации.

Разработка практических рекомендаций по повышению уровня информированности горожан о деятельности данного движения и формированию его позитивного имиджа.

Предложена качественная методология исследования – фокус-групповые интервью.

Вопросы и задания:

- 1). Определите основные блоки вопросов для гайда фокус-группы.
- 2). Какое количество фокус-групп необходимо провести?
- 3). Охарактеризуйте принципы формирования выборки и методы рекрутинга участников фокус-групп.

- Работа с раздаточным материалом «5P рекламного продукта»

Группы получают для анализа один из образцов политической/социальной рекламы или PR (буклет, рекламная газета, листовка, календарь, стикер, значок, магнит и др.)

Задача группы: определить и наполнить содержанием структуру маркетингового комплекса:

- Product
- Price
- Promotion
- Place
- People

- Групповой проект «Анализ наружной социальной рекламы».

Проект выполняется группой студентов из 3-4 человек. Алгоритм выполнения проекта:

1. Найти образец наружной политической или социальной рекламы
2. Сделать фото
3. Определить целевую аудиторию, которой адресовано рекламное сообщение
4. Сформулировать послание (мессидж)
5. Оценить средства его передачи.
6. Охарактеризовать локализацию в социокультурной среде.
7. Представить результаты работы в виде презентации.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Политический маркетинг как философия, стиль мышления, культура рыночного поведения. Структура маркетинга.
2. Факторы распространения маркетинговых подходов в российской политике (внутренние и внешние).
3. Уровни политических рынков. Виды политических рынков.
4. Инфраструктура политических рынков.
5. Макро- и микро-сегментация политического рынка. Основные этапы процесса сегментирования. Стратегии охвата политического рынка.
6. Маркетинговые коммуникации: понятие и основные виды.
7. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
8. Функции политической рекламы. Типология политической рекламы
9. Основные технологии политической рекламы (критерии: каналы коммуникации, вид кодировки, модель позиционирования политической услуги и др.)
10. Процессы дигитализации политической рекламы: сущность, причины и последствия.
11. Цифровые каналы политической коммуникации.
12. Виды онлайн рекламы: контекстная реклама, медийная реклама (баннеры и видео), таргетированная реклама, SEO (search engine optimization), SMM (social media marketing), управление репутацией в сети, PR публикации, тизерная реклама.

Критерии оценивания результатов обучения

«зачтено»: студент демонстрирует системные знания о содержании вопросов, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями практическим содержанием проектной деятельности, допускает незначительные ошибки; умеет использовать методы и алгоритмы управления проектами в собственной профессиональной деятельности, использовать результаты и продукты проектной деятельности в профессиональной сфере.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент не понимает сущность излагаемых вопросов, допускает грубые ошибки в ответе, демонстрирует неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

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. Володенков, С. В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 41.03.04 "Политология" / С. В. Володенков. - Москва : Проспект : РГ-Пресс, 2023. - 583 с.

2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 244 с. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/492903>.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 322 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093531>.

4. Политический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / В. Н. Колесников, В. А. Семенов. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. - 331 с.

5. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: теория и практика : учебное пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 128 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684700>.

6. Котлер, Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Ф. Котлер, Н. Ли ; [пер. с англ. под ред. С. Г. Божук]. - СПб. [и др.] : ПИТЕР , 2008. - 376 с.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>

2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.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. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://ldiss.rsl.ru/>;
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>;
3. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>;
4. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>;
5. БД журналов по различным отраслям знаний Wiley Journals Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>;
6. БД eBook Collection (SAGE) – [https://sk.sagepub.com/books/discipline](https://sk.sagepub.com/books/discipline;);
7. Архивы научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru/>;
8. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия) <http://uisrussia.msu.ru/>;
9. "Лекториум ТВ" - видеолекции ведущих лекторов России <http://www.lektorium.tv/>;
10. Freedom Collection – полнотекстовая коллекция электронных журналов по различным отраслям знаний издательства Elsevier <https://www.sciencedirect.com/>

Информационные справочные системы:

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

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/>

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ [http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web](http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web;);
2. Электронная библиотека трудов ученых КубГУ [http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6](http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6;);
3. Открытая среда модульного динамического обучения КубГУ <https://openedu.kubsu.ru/>;
4. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>;
5. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>.

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

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых занятие 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 с использованием интерактивных образовательных технологий (мультимедийных, лекции-дискуссии, лекции-демонстрации).

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Практические занятия – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются аспирантами знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются практические задания, требования и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

Контроль самостоятельной работы: для студентов дневной и заочной формы обучения – текущий контроль осуществляется в соответствии с программой занятий (еженедельно для студентов очной формы обучения; по семестрам – для студентов заочной формы обучения); промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме рейтинговой системы оценок. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий:

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике; На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции.

На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, презентационные материалы для публичного их представления и обсуждения.

Критерии оценки заданий в рамках самостоятельной работы студентов формулируются преподавателем в фонде оценочных средств.

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.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на семинаре:

Критерии оценки:

«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.

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

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры 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 процедуры 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 процедуры оценивания работы в малых группах:

Работа в малых группах над кейсом и решением управленческих задач.

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 процедуры оценивания работы 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.

Критерии оценки:

«зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов; студентом занимается лидерская позиция и ведется модераторство в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов проектной деятельности:

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / «зачтено» – промежуточные результаты проекта представляют собой изложение несамостоятельных результатов проектной деятельности компиляцию материалов;

«хорошо»/ «зачтено» - промежуточные результаты проекта представляют собой самостоятельный анализ разнообразных и эмпирических данных, однако не в полной мере отражает требования, сформулированные к его структуре и содержанию.

«отлично»/ «зачтено» - промежуточные результаты проекта представляют собой результаты самостоятельной проектной деятельности и отражают все требования, к содержательному наполнению и структурированию проекта.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность 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,	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice

текущего контроля и промежуточной аттестации		
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