

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  
« 30 » \_\_\_\_\_ 2025 г.



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

Направление подготовки/специальность \_\_\_\_\_ 41.04.04 Политология

Направленность (профиль) / специализация \_\_\_\_\_ Молодежь в публичной  
политике: \_\_\_\_\_ экспертно-аналитические, \_\_\_\_\_ технологические \_\_\_\_\_ и  
психологические аспекты \_\_\_\_\_

Форма обучения \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_

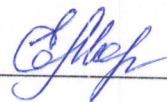
Квалификация \_\_\_\_\_ магистр \_\_\_\_\_

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины «Технологии политической рекламы» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 41.04.04 Политология

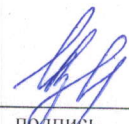
Программу составил(и):

Е.В. Морозова, д-р. филос. наук.,  
профессор кафедры ГППУ

  
\_\_\_\_\_

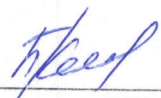
Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры государственной политики и публичного управления протокол № 13 «22» апреля 2025 г.  
Заведующий кафедрой ГППУ

Мирошниченко И.В.  
фамилия, инициалы

  
\_\_\_\_\_ подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 10 «22» апреля 2025 г.  
Председатель УМК факультета управления и психологии

Белокопытова К.М.  
фамилия, инициалы

  
\_\_\_\_\_ подпись

Рецензенты:

Мамыкина А.С., главный консультант информационно-аналитического отдела управления анализа и взаимодействия с общественно-политическими объединениями департамента внутренней политики администрации Краснодарского края

Ракачев Д.Н., канд. ист. наук, доц. кафедры зарубежного регионоведения и дипломатии ФГБОУ ВО «КубГУ»

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

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

### **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.

### **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 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для изучения дисциплины «Технологии политики идентичности» студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Управление межкультурной коммуникацией в профессиональной сфере», «Теория политики и методология политических исследований», «Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности». Знания, полученные студентами при изучении дисциплины «Технологии политики идентичности» будут использоваться при изучении дисциплин «Социальные общности как субъекты публичной политики», «Технологии политического менеджмента и маркетинга в публичном управлении», «Политические технологии работы с молодежью», а также 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 системе публичной молодёжной политики и управления |                                                                                                                                                                                         |
| ИПК-1.1. Осуществляет анализ и диагностику системы публичной молодёжной политики и разрабатывает прогнозы политических процессов в РФ                       | Знает методы анализа и диагностики политических процессов, прогнозирования политических процессов в РФ.                                                                                 |
|                                                                                                                                                             | Умеет осуществлять анализ и диагностику политических процессов и разрабатывать прогнозы политических процессов в РФ.                                                                    |
|                                                                                                                                                             | Владеет навыками анализа и диагностики политической рекламы.                                                                                                                            |
| ИПК-1.2. Самостоятельно разрабатывает экспертные материалы по вопросам внутренней, в том числе публичной молодёжной политики, РФ.                           | Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней внешней политики РФ, в том числе публичной молодёжной политики методы их разработки. |

| Код и наименование индикатора*                                                                                                                                                               | Результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                              | Умеет самостоятельно разрабатывать экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней политики РФ.                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                              | Обладает навыками самостоятельной разработки экспертно-аналитических материалов по вопросам политической рекламы в РФ.                                                                     |
| ИПК-1.3. Разрабатывает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной, в том числе молодёжной, политики | Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества, в том числе публичной молодёжной политики |
|                                                                                                                                                                                              | Умеет разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества.                             |
|                                                                                                                                                                                              | Владеет навыками разработки стратегии деятельности субъектов политики в области политической рекламы.                                                                                      |
| ИПК-1.4. Осуществляет информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений субъектов публичной, в том числе молодёжной, политики.                               | Знает процедуры информационно-аналитического обеспечения выработки и принятия политических решений.                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                              | Умеет реализовать информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений, в том числе публичной молодёжной политики                                             |
|                                                                                                                                                                                              | Обладает навыками организации информационно-аналитического обеспечения планирования деятельности в сфере политической рекламы..                                                            |

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) | 3 семестр (часы) |
| <b>Контактная работа, в том числе:</b> | <b>32,2</b> | <b>32,2</b>      |                  |
| <b>Аудиторные занятия (всего):</b>     | <b>32</b>   | <b>32</b>        | -                |
| занятия лекционного типа               | 16          | 16               | -                |
| лабораторные занятия                   | -           | -                | -                |
| практические занятия                   | 16          | 16               | -                |
| семинарские занятия                    | -           | -                | -                |
| <b>Иная контактная работа:</b>         | <b>0,2</b>  | <b>0,2</b>       | -                |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)  | -           | -                | -                |
| Промежуточная аттестация (ИКР)         | 0,2         | 0,2              | -                |

|                                                                                                                                                                                                    |                                      |             |             |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|----------|
| <b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>                                                                                                                                                        |                                      | <b>75,8</b> | <b>75,8</b> | <b>-</b> |
| Подготовка к лекции (дискуссии, работы в малых группах)                                                                                                                                            |                                      | 10          | 10          | -        |
| Подготовка к практическому семинару (подготовка заданий)                                                                                                                                           |                                      | 10          | 10          | -        |
| Решение ситуационных задач (кейсов)                                                                                                                                                                |                                      | 10          | 10          | -        |
| Подготовка групповых творческих заданий                                                                                                                                                            |                                      | 15          | 15          | -        |
| Подготовка презентаций                                                                                                                                                                             |                                      | 15          | 15          | -        |
| Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) |                                      | 8           | 8           | -        |
| Подготовка к текущему контролю                                                                                                                                                                     |                                      | 7,8         | 7,8         | -        |
| <b>Контроль:</b>                                                                                                                                                                                   |                                      |             |             | <b>-</b> |
| Подготовка к экзамену                                                                                                                                                                              |                                      |             |             | -        |
| <b>Общая трудоемкость</b>                                                                                                                                                                          |                                      | <b>108</b>  | <b>108</b>  |          |
| <b>Общая трудоемкость</b>                                                                                                                                                                          | <b>в том числе контактная работа</b> | <b>32,2</b> | <b>32,2</b> | <b>-</b> |
|                                                                                                                                                                                                    | <b>зач. ед</b>                       | <b>2</b>    | <b>2</b>    | <b>-</b> |
|                                                                                                                                                                                                    |                                      |             |             |          |

## 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 (тем)                                       | Количество часов |                   |           |    |
|----|-------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|-----------|----|
|    |                                                                   | Всего            | Аудиторная работа |           |    |
|    |                                                                   |                  | Л                 | ПЗ        | ЛР |
| 1. | Политический маркетинг: основные теоретические подходы.           | 16               | 4                 | 2         |    |
| 2. | Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.               | 14               | 2                 | 2         |    |
| 3. | Политическая реклама: виды и функции.                             | 28               | 4                 | 4         |    |
| 4. | Основные технологии политической рекламы: критерии классификации. | 32               | 4                 | 4         |    |
| 5. | Технологии политической рекламы в цифровом обществе.              | 16,8             | 2                 | 4         |    |
| 6. | <b>ИТОГО по разделам дисциплины</b>                               | <b>108</b>       | <b>16</b>         | <b>16</b> |    |
|    | Контроль самостоятельной работы (КСР)                             | 0                |                   |           |    |
|    | Промежуточная аттестация (ИКР)                                    | 0,2              |                   |           |    |
|    | Подготовка к текущему контролю                                    | -                |                   |           |    |
|    | Общая трудоемкость по дисциплине                                  | 108              |                   |           |    |

**Курсовые работы:** не предусмотрена

## 2.3.1 Занятия лекционного типа

| №  | Наименование раздела (темы)                             | Содержание раздела (темы)                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Форма текущего контроля                                                      |
|----|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Политический маркетинг: основные теоретические подходы. | Политический маркетинг как философия, стиль мышления, культура рыночного поведения. ПМ как научная дисциплина и стратегия действий. Структура маркетинга.<br><br>Факторы распространения маркетинговых подходов в российской политике (внутренние и внешние). Уровни политических рынков. Три вида политических рынков: | Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах. |

|    |                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                     |
|----|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                   | 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). |                                                                                     |
| 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.                                                  | <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.<br>Кейс-стади<br>«Проведение маркетингового исследования» |
| 3. | Политическая реклама: виды и функции.                   | Функции политической рекламы. Типология политической рекламы (Примитивная реклама (ролики),                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Устный опрос по теме.                                                           |

|    |                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                 |
|----|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                   | «Говорящая голова», Негативная реклама, Концептуальная реклама, «Правдивое кино», «Личные свидетельства», «Нейтральный репортер», «Кандидат в действии»). Каналы коммуникации. Креатив и структура рекламного продукта.                                                                                                                                       | 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<br>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 optimization), SMM (social media marketing), управление репутацией в сети, PR публикации, тизерная реклама | Презентации видов онлайн рекламы                                                |
|    |                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                 |

### 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

### **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Технологии «мягкой силы» государства».

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<br>(в соответствии с п. 1.4)                                                                            | Результаты обучения<br>(в соответствии с п. 1.4)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Наименование оценочного средства                                                                                        |                             |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|       |                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Текущий контроль                                                                                                        | Промежуточная аттестация    |
| 1     | ИПК-1.1. Осуществляет анализ и диагностику системы публичной молодёжной политики и разрабатывает прогнозы политических процессов в РФ | Знает методы анализа и диагностики политических процессов, прогнозирования политических процессов в РФ.<br>Умеет осуществлять анализ и диагностику политических процессов и разрабатывать прогнозы политических процессов в РФ.<br>Владеет навыками анализа и диагностики политической рекламы.                                                                                                                                                                                                                                         | 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, в том числе публичной молодёжной политики, РФ.     | Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней политики РФ, методы их разработки, в том числе в сфере публичной молодёжной политики.<br>Умеет самостоятельно разрабатывать экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней политики РФ.<br>Обладает навыками самостоятельной разработки экспертно-аналитических материалов по вопросам политической рекламы в РФ, ИПК-1.2. Самостоятельно разрабатывает экспертные материалы по вопросам внутренней, в том числе публичной | Устный опрос по теме «Интегрированные маркетинговые коммуникации». Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования». | Вопросы к зачету 4-6        |

|   |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                             |                             |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                              | молодёжной политики, РФ.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                             |                             |
| 3 | ИПК-1.3. Разрабатывает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур как субъектов публичной, в том числе молодёжной, политики | Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества, в том числе публичной молодёжной политики. Умеет разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества. Владеет навыками разработки стратегии субъектов политики в области политической рекламы. | 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, в том числе молодёжной, политики.                               | Знает процедуры информационно-аналитического обеспечения выработки и принятия политических решений. Умеет реализовать информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений, в том числе публичной молодёжной политики.                                                                                                                                                                                                 | Устный опрос по теме «Основные технологии политической рекламы: критерии классификации». Презентация видов онлайн рекламы.                                                  | Вопросы к зачету 10-14, 6-9 |

|  |  |                                                                                                                                                                         |  |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | Владеет навыками организации информационно-аналитического обеспечения планирования деятельности в сфере политической рекламы, в том числе публичной молодёжной политики |  |  |
|  |  |                                                                                                                                                                         |  |  |

**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://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**

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. : ил. - Библиогр.: с. 572-578. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9988-1470-9.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Г. В. Пушкарёва. - Москва : Юрайт, 2022. - 365 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/489401>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-02695-5.

Кузнецов, П. А. Политическая реклама: теория и практика : учебное пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 128 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684700>- Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-238-01830-0.

Котлер Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций / / Котлер, Филип. ; Ф. Котлер, Н. Ли ; [пер. с англ. под ред. С. Г. Божук]. - СПб. [и др.] : ПИТЕР , 2008. Недяк, И. Л. Политический маркетинг. Основы теории [Электронный ресурс] / Недяк И. Л. - М. : Весь Мир, 2008. - 352 с. [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=229711&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229711&sr=1)

### **5.2. Периодическая литература**

Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>

Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

PR в России

Вестник МГУ.Серия: Политические науки

Искусство управления

Коммерсантъ-Власть

Маркетинговые коммуникации

Общественные науки и современность

Полис (Политические исследования)

Рекламные идеи

СОЦИС / Социологические исследования

Советник

### **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](http://www.biblioclub.ru)

3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>

4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)

5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

**Профессиональные базы данных:**

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>

#### **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. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
8. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
9. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
10. 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](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 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<br>Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер                  | Операционная система<br>MicrosoftWindows<br>Офисный пакет приложений<br>MicrosoftOffice |
| Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер<br>Оборудование: | Операционная система<br>MicrosoftWindows<br>Офисный пакет приложений<br>MicrosoftOffice |
| Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)                                                                        | Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер<br>Оборудование: | Операционная система<br>MicrosoftWindows<br>Офисный пакет приложений<br>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<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>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<br>Офисный пакет приложений MicrosoftOffice |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки факультета управления и психологии) | Мебель: учебная мебель<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>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<br>Офисный пакет приложений MicrosoftOffice |