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
_____ Г.А. Хагуров
«30» апреля 2025 г.

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

Направление подготовки/специальность 41.04.04 Политология

Направленность (профиль) / специализация Экспертно-аналитическая деятельность в публичной политике и управлении

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. н.,
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 управлении	
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)
Контактная работа, в том числе:	**32,2**	**32,2**	
Аудиторные занятия (всего):	**32**	**32**	**-**
занятия лекционного типа	16	16	-
лабораторные занятия	-	-	-
практические занятия	16	16	-
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:		**75,8**	**75,8**	**-**
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	-
Контроль:				**-**
Подготовка к экзамену				-
Общая трудоемкость		**108**	**108**	
Общая трудоемкость	**в том числе контактная работа**	**32,2**	**32,2**	**-**
	зач. ед	**2**	**2**	**-**

2.2 Содержание дисциплины

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

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	16	4	2		10
2.	Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.	14	2	2		10
3.	Политическая реклама: виды и функции.	28	4	4		20
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	32	4	4		25
5.	Технологии политической рекламы в цифровом обществе.	16,8	2	4		10,8
6.	*ИТОГО по разделам дисциплины*	108	16	16		75,8
	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. 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.	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.*
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.	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.*
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	Основные технологии политической рекламы (критерии: каналы коммуникации, вид кодировки, модель позиционирования политической услуги и др.)	*Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.*

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),	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 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 (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 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.	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 молодежной политики. 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-1.2. 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 деятельности 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 «5Р 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.

Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Г. В. Пушкарева. - 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

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
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. 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;
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 соответствие 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, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с

возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

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