

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



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Т.А. Хагуров

подпись
« 28 » мая 2021 г.

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

Направление подготовки/специальность

41.04.04 Политология

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

Прикладная политология: политический консалтинг и экспертиза

(наименование направленности (профиля) / специализации)

Форма обучения:

очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация: магистр

Краснодар 2021

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

Программу составил(и):

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

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


подпись

Рабочая программа дисциплины «Технологии политической рекламы» утверждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления протокол № 9 «22» апреля 2021 г.

Заведующий кафедрой ГПГУ

Мирошниченко И.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии

протокол № 4 «26» апреля 2021 г.

Председатель УМК факультета управления и психологии

Шлюбуль Е.Ю.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

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

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

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

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

1.2. Задачи дисциплины:

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

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии политической рекламы» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

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

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

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять аналитическую поддержку выработки и принятия политических решений, комплексное сопровождение консультирования субъектов политики на основе диагностики, анализа и прогнозирования политических процессов и ситуаций	
ИПК-1.1. Осуществляет анализ и диагностику политических процессов 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 символической политики и политики идентичности.
ИПК-1.2. Самостоятельно разрабатывает экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.	Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней и внешней политики РФ, методы их разработки.
	Умеет самостоятельно разрабатывать экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.
	Обладает навыками самостоятельной разработки экспертно-аналитических материалов по вопросам символической политики и политики идентичности в РФ
ИПК-1.3. Разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и	Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества.

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

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	
		3 семестр (часы)	2 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	22,2	22,2	
Аудиторные занятия (всего):	22	22	-
занятия лекционного типа	8	8	-
лабораторные занятия	-	-	-
практические занятия	14	14	-
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:	49,8	49,8	-
<i>Подготовка к лекции (дискуссии, работы в малых группах)</i>	4	4	-
<i>Подготовка к практическому семинару (подготовка заданий)</i>	8	8	-
<i>Решение ситуационных задач (кейсов)</i>	4	4	-
<i>Подготовка групповых творческих заданий</i>	10	10	-
<i>Подготовка презентаций</i>	8	8	-
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	8	8	-
Подготовка к текущему контролю	7,8	7,8	-
Контроль:			-
Подготовка к экзамену			-
Общая трудоемкость	72	72	

Общая трудоемкость	в том числе контактная работа	22,2	22,2	-
	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			Внеаудит орная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	12	2	2		8
2.	Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.	12	2	2		8
3.	Политическая реклама: виды и функции.	14	2	2		10
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	16	2	4		10
5.	Технологии политической рекламы в цифровом обществе.	17,8	0	4		13,8
6.	ИТОГО по разделам дисциплины	72	8	14		49,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	49,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	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).	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>
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	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>

		действию»). Каналы коммуникации. Креатив и структура рекламного продукта.	
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	Основные технологии политической рекламы (критерии: каналы коммуникации, вид кодировки, модель позиционирования политической услуги и др.)	<i>Степень участия в лекции-дискуссии, оценка участия в работе в малых группах.</i>

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

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

Обучение в рамках дисциплины «Технологии политической рекламы» направлено на увеличение доли практической работы студента, использование интерактивных форм обучения, инициирование самостоятельного поиска (студентом) знаний через проблематизацию (преподавателем) учебного материала, участия в интерактивных формах обучения (работа в малых группах, работа над кейсами, подготовка мини-исследовательских проектов и аналитических презентационных материалов).

В целях повышения качества профессиональной подготовки обучающихся по дисциплине «Технологии политической рекламы»:

- используется комплекс мультимедийных презентаций в учебном процессе;
- увеличена доля занятий, проводимых в интерактивной форме.

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

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

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

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

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-1.1. Осуществляет анализ и диагностику политических процессов 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 экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.	Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней и внешней политики РФ, методы их разработки. Умеет самостоятельно разрабатывать экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ. Обладает навыками самостоятельной разработки экспертно-аналитических материалов по вопросам политической рекламы в РФ.	Устный опрос по теме «Интегрированные маркетинговые коммуникации». Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования».	Вопросы к зачету 4-6
3	ИПК-1.3. Разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества.	Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества. 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.	Обладает навыками организации информационно-аналитического обеспечения планирования деятельности в сфере политической рекламы..	Устный опрос по теме «Основные технологии политической рекламы: критерии классификации». Презентация видов онлайн рекламы.	Вопросы к зачету 10-14, 6-9

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

Примерный перечень вопросов и заданий

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

1. Работают ли спрос и предложение в социальном/политическом пространстве?

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

Кейс-стади «Проведение маркетингового исследования»

Описание ситуации

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

Задачи исследования:

Выявление идеального образа гражданского движения.

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

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

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

Предложена качественная методология исследования – фокус-групповые интервью.

Вопросы и задания:

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

Работа с раздаточным материалом «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)

Вопросы к зачету:

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

Критерии оценивания результатов обучения

«зачтено»: студент демонстрирует системные знания о содержании вопросов, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями практическим содержанием проектной деятельности, допускает незначительные ошибки; умеет использовать методы и

алгоритмы управления проектами в собственной профессиональной деятельности, использовать результаты и продукты проектной деятельности в профессиональной сфере.

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

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Ф. И. Шарков ; Международная акад. бизнеса и управления, Ин-т современных и коммуникационных систем и технологий. - М. : Дашков и К° : Альтехсофт "Изд-во Шаркова", 2012. - 324 с. - Библиогр. : с. 320-324. - ISBN 9785394007927 : 244.00.

2. Колесников В.Н. Политический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / Колесников, Владимир Николаевич, В. А. Семенов ; В. Н. Колесников, В. А. Семенов. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013.

3. 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.

4. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754> (01.11.2017).

5. Недяк, И. Л. Политический маркетинг. Основы теории [Электронный ресурс] / Недяк И. Л. - М. : Весь Мир, 2008. - 352 с. - http://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. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>

2. Scopus <http://www.scopus.com/>

3. ScienceDirect www.sciencedirect.com

4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>

6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>

7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>

Информационные справочные системы:

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

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>

2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>

3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);

4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;

5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;

6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
<http://window.edu.ru/>;

7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .

8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
(<http://fcior.edu.ru/>);

9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
11. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
12. 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 соответствии с программой занятий (еженедельно для студентов очной формы обучения; по семестрам – для студентов заочной формы обучения); промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме рейтинговой системы оценок. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

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

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

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

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

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на семинаре:

Критерии оценки:

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

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

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания участия в дискуссии:

Критерии оценки:

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

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

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания презентации:

Критерии оценки:

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

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

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания работы в малых группах:

Работа в малых группах над кейсом и решением управленческих задач.

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

Критерии оценки:

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

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

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания работы в малых группах над учебным кейсом (CASE-study).

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

Критерии оценки:

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

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

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

Критерии оценки:

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

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

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов проектной деятельности:

Критерии оценки:

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

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

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

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, 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	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice

	беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
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