|  |
| --- |
| Министерство науки и высшего образования Российской Федерации |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение |
| высшего образования |
| «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина |
| (Технологии. Дизайн. Искусство)» |
|  |
| Институт  | социальной инженерии |
| Кафедра  | социологии и рекламных коммуникаций |

|  |
| --- |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА****УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **Политическая реклама и PR** |
| Уровень образования  | бакалавриат |
| Направление подготовки | 42.03.01 | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года |
| Форма(-ы) обучения | очная |

|  |
| --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины «Политическая реклама и PR» основной профессиональной образовательной программы высшего образования*,* рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 1 от 26.08.2021 г. |
| Разработчик рабочей программы учебной дисциплины: |
|  | Профессор | М.Г. Котовская |
| Заведующий кафедрой: | Е.Г. Карпова |

# ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

* + - 1. Учебная дисциплина «Политическая реклама и PR» изучается в пятом семестре.
			2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации: зачет

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.
			2. 1.3. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:
		- Теория и практика массовой информации
		- Методология и методы исследования в рекламе
		- Основы теории коммуникации
		- Основы рекламной деятельности и PR
		- Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
		- Основы проектной деятельности
		- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
			1. Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
		- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
		- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
		- Социология рекламы и PR в социокультурной сфере
		- Брендинг в социокультурной сфере
		- Современные массмедиа в социокультурной сфере
		- Производственная практика. Профессионально-творческая практика
			1. Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики. преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

# ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

* + - 1. Целями освоения дисциплины «Политическая реклама и PR» являются:
		- выполнение аналитических и организационных работ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных и PR-кампаний и коммуникационных программ;
		- стратегическое планирование политической рекламной и PR- кампании;
		- оценка эффективности проведенной политической рекламной и PR-кампании;
		- стремление выражать и аргументировать свою позицию по вопросам, касающимся развития политического процесса.
		- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
			1. Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

## Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора****достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения** **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ПК-3Способен разрабатывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигать коммуникационный продукт в коммерческой сфере | ИД-ПК-3.2Подготовка необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфереПодготавливает необходимую документацию по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Разрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию |
| ИД-ПК-3.3Разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию |
| ПК-4Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИД-ПК-4.2Использование типовых алгоритмов разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийИспользует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюОрганизовывает внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| ИД-ПК-4.3Организация внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |

# СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по очной форме обучения –  | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

|  |
| --- |
| **Структура и объем дисциплины** |
| **Объем дисциплины по семестрам** | **форма промежуточной аттестации** | **всего, час** | **Контактная аудиторная работа, час** | **Самостоятельная работа обучающегося, час** |
| **лекции, час** | **практические занятия, час** | **лабораторные занятия, час** | **практическая подготовка, час** | **курсовая работа** | **самостоятельная работа обучающегося, час** | **промежуточная аттестация, час** |
| 5 семестр | зачет | 108 | 34 | 34 |  |  |  | 40 |  |
| Всего: |  | 108 | 34 | 34 |  |  |  | 40 |  |

## Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| **Планируемые (контролируемые) результаты освоения:** **код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций** | **Наименование разделов, тем;****форма(ы) промежуточной аттестации** | **Виды учебной работы** | **Самостоятельная работа, час** | **Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости;****формы промежуточного контроля успеваемости** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Контактная работа** |
| **Лекции, час** | **Практические занятия, час** | ***Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час*** | **Практическая подготовка, час** |
|  | **Пятый семестр** |
| ПК-3: ИД-ПК-3.2ИД-ПК-3.3ПК-4:ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.3 | Тема 1. Политический PR и политическая реклама в системе связей с общественностью | 2 | 2 |  |  | 4 | СобеседованиеДокладТворческое заданиеКейс |
| Тема 2. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития политического PR и политической рекламы в России и за рубежом. | 4 | 2 |  |  | 4 |
| Тема 3. Политический PR и политическая реклама: понятие, типология и функции | 4 | 2 |  |  | 4 |
| Тема 4. Планирование рекламы и PR в политических кампаниях. | 4 | 4 |  |  | 4 |
| Тема 5. Жанры политической рекламы и PR в СМИ. | 4 | 4 |  |  | 4 |
| Тема 6. Прямая политическая реклама. | 4 | 4 |  |  | 4 |
| Тема 7. Создание сообщений и графический дизайн политической рекламы. | 4 | 6 |  |  | 6 |
| Тема 8. Манипуляция в политической рекламе и PR. | 4 | 4 |  |  | 4 |
| Тема 9. Имиджевые стратегии: формирование имиджа и дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа. | 4 | 6 |  |  | 6 |
| Зачет |  |  |  |  |  |  |
| **ИТОГО за пятый семестр** | 34 | 34 |  |  | 40 |  |
| **ИТОГО за весь период** | **34** | **34** |  |  | **40** |  |

## Краткое содержание учебной дисциплины

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Наименование раздела и темы дисциплины** | **Содержание раздела (темы)** |
| 1. | Тема 1. Политический PR и политическая реклама в системе связей с общественностью | Основные понятия и категории политического маркетинга. Избирательный маркетинг. Государственный маркетинг. Цели политического маркетинга, его специфика. Понятие, способы организации политической коммуникации, модели (модель Ж.-М. Коттрэ, К. Сайнне, Г. Лассуэла) и функции. |
| 2. | Тема 2. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития политического PR и политической рекламы в России и за рубежом. | Возникновение и развитие связей с общественностью в США, функционирования пресс-служб по PR в государственных учреждениях Великобритании (Эдвард Бернейз, Айви Ли, Артур Пейдж). Международные и национальные профессиональные объединения специалистов PR (PRSA, IPRA, ICO, CERP, Российские: РАСО, АКОС, ВОСТ). Всемирные конгрессы по PR. Международные награды в области PR. Возникновение и становление рынка PR-услуг в России. Политический PR как одно из основных направлений Паблик Рилейшнз в России. Особенности политической ситуации в России и их влияние на избирательные процессы. Краткий анализ российских избирательных кампаний 1990-2021 гг. Тенденции развития рынка политических PR в России и задачи политических консультантов и специалистов по связям с общественностью в области политического маркетинга. Устная политическая реклама в политической истории Древнего мира. Радиореклама как коммуникативный канал создания героических образов и образов ненавистного врага в истории европейских государств. Художественный портрет и скульптура. Политическая карикатура. Фотография. Политический плакат: основные этапы развития. Значение политической листовки во время Первой и Второй мировой войн. Кинореклама и телевизионная реклама. Сувенирная продукция как вид политической рекламы. Особенности существования политической рекламы в России. Революционные политические плакаты (И. Малютина, В. Лебедева, П. Киселиса, Б. Кустодиева. Первый плакат издательства ВЦИК Царь, поп и кулак (1918 г.). Политические плакаты Д. Моора и В. Дени). |
| 3. | Тема 3. Политический PR и политическая реклама: понятие, типология и функции | Паблик рилейшнз: многообразие определений и понятий. Отличительные особенности политического PR. Принципы паблик рилейшнз. Функции политического PR. Определение понятий: лидеры мнений и группы интересов. Политическая реклама как форма политической коммуникации. Предмет, субъект и объект политической рекламы. Отличие политической рекламы от коммерческой. Методы рекламной деятельности. Классификация политической рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудио-визуальная. Классификация политической рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию. Функциональная типология рекламы Ф. Коттлера. Информационная, коммуникативная функции политической рекламы и функция политической социализации. Политическая агитация и пропаганда. |
| 4. | Тема 4. Планирование рекламы и PR в политических кампаниях. | Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Технологии проведения исследований. Информационные ресурсы предвыборной кампании. Финансовые ресурсы политической кампании. Административный ресурс. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование рекламной и PR-кампании и оценка результатов. Стратегии проведения рекламных и PR кампаний. Тактическое планирование. Медиапланирование. |
| 5. | Тема 5. Жанры политической рекламы и PR в СМИ. | Дифференциация рекламных жанров в зависимости от характера коммуникации и коммуникационного канала. Техническое исполнение материала как один из критериев жанрового своеобразия рекламы. Специфика жанров телевизионной политической рекламы. Выступления политиков и теледебаты. История политических телевизионных выступлений в Великобритании. История американских телевыступлений. Значение визуального обращения. Анализ телевизионных выступлений российских политиков. Американская и европейская модель проведения теледебатов. Классификация рекламных роликов: в зависимости от протяженности, от технических средств изготовления. Отечественная практика использования рекламных телепередач во время проведения избирательных компаний. Телевизионные политические шоу. Формы политической PR -коммуникации в прессе. Жанровые единицы газетно-журнальной периодики: интервью, политические портреты, политическое объявление, программные документы и обращения политиков, политические очерки. Возможности размещения плаката и листовки в газетном и журнальном формате. Рекламная фотография. Интернет в политической коммуникации: информационные и интерактивные ресурсы. Основные преимущества Интернет-среды для организации рекламных кампаний. Информационные серверы. Персональные и партийные сайты. Электронные голосования, гостевые книги, обсуждения на форумах, чаты. |
| 6. | Тема 6. Прямая политическая реклама. | Политические плакаты и афиши. Политическая листовка как жанр прямой политической рекламы. Имиджевые, информационные, проблемные, дискредитационные, поддерживающие и презентационные листовки. Подготовка политических буклетов и политических портретов. Формы непосредственной коммуникации с избирателями. |
| 7. | Тема 7. Создание сообщений и графический дизайн политической рекламы. | Аргументирующее и суггестивное рекламное сообщение. Критерии оценки текста в политической рекламе. Функции заголовка. Трехчастная форма рекламного текста в политической рекламе (имя, содержание, слоган). Структура биографии-конспекта, биографии-рассказа. Лингвистические особенности рекламного текста. Аргументация в политической рекламе: дедуктивные и индуктивные логические конструкции. Психология аргументации и ложные доводы. Символы в политической рекламе. Закономерности в дизайне политической рекламы: баланс визуального образа. Иллюстрации в политической рекламе. Психологическое и символическое воздействие основных цветов и оттенков. Значение геометрических фигур в графическом дизайне. Негативная политическая реклама. |
| 8. | Тема 8. Манипуляция в политической рекламе и PR. | Способы и средства манипуляции политическим восприятием. Виды манипулятивных технологий. Основания политического манипулирования. Приемы политического манипулирования, используемые СМИ. Манипулятивные техники, используемые отдельными видами СМИ. Журналистские комментарии как возможный источник манипуляции. Манипуляция образами и стереотипами. Индокринация населения и политическая реклама. Психология PR. |
| 9. | Тема 9. Имиджевые стратегии: формирование имиджа и дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа. | Особенности, функции, структура и типологии имиджей. Алгоритм формирования политического имиджа. Технологии формирования имиджа политика. Формирование имиджа партии. Стратегии снижения имиджа конкурента. Стратегии восстановления имиджа. |

## Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию*.* Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

подготовку к лекциям и практическим занятиям;

изучение учебных пособий;

изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;

написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;

подготовка к собеседованию;

выполнение кейсов;

выполнение творческих заданий;

проведение исследовательских работ;

подготовка к контрольной работе;

подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

проведение консультаций перед экзаменом;

проведение ежемесячных мастер-классов;

индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

## Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **использование****ЭО и ДОТ** | **использование ЭО и ДОТ** | **объем, час** | **включение в учебный процесс** |
| смешанное обучение | лекции |  | в соответствии с расписанием учебных занятий  |
| практические занятия |  |

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

## Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Уровни сформированности компетенции(-й)** | **Итоговое количество баллов****в 100-балльной системе****по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Оценка в пятибалльной системе****по результатам текущей и промежуточной аттестации** | **Показатели уровня сформированности**  |
| **профессиональной(-ых)****компетенции(-й)** |
| ПК-3:ИД-ПК-3.2ИД-ПК-3.3 | ПК-4:ИД-ПК-4.2ИД-ПК-4.3 |
| высокий |  | отлично | Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфереОбосновывает коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услугиРазрабатывает план коммуникационных мероприятий и определяет размер расходов на их реализацию | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийИспользует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюМожет организовывать внутреннюю коммуникацию и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| повышенный |  | хорошо | Разрабатывает индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфереЗатрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услугиРазрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийИспользует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюНе может организовывать внутреннюю коммуникацию и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| базовый |  | удовлетворительно | Разрабатывает индивидуальные, но не коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью и продвигает коммуникационный продукт в коммерческой сфереЗатрудняется обосновать коммуникационные цели, миссию и стратегию для разработки концепции продвижения продукта/услугиРазрабатывает план коммуникационных мероприятий, но не определяет размер расходов на их реализацию | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятийНе использует типовые алгоритмы разработки кампаний и проектов в сфере рекламы и (или) связей с общественностьюНе может организовывать внутреннюю коммуникацию и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |
| низкий |  | неудовлетворительно | Обучающийся:Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестацииИспытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмамиНе способен проанализировать медиаканал и медианоситель, путается в особенностях применения различных медиаНе владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителейВыполняет задания только по образцу и под руководством преподавателяОтвет отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы |

# ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

* + - 1. При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Политическая реклама и PR» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине*,* указанных в разделе 2 настоящей программы.

## Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| **№ пп** | **Формы текущего контроля** | * + - 1. **Примеры типовых заданий**
 |
| --- | --- | --- |
| 1 | Доклад  | Темы докладов:Жанровое многообразие рекламы в СМИ. Специфика жанров телевизионной политической рекламы. Формы политической рекламной коммуникации в прессе. Печатная реклама в СМИ.Манипуляция и управление: общее и различия. Способы и средства манипуляции политическим восприятием. Виды манипулятивных технологий. Приемы политического манипулирования. |
| 2 | Творческое задание | Провести анализ деятельности конкретной политической партии по рекламированию собственных партийных лидеров.Подготовка плаката, листовки, брошюры (реклама любой информации (о кандидате, о митинге, о конференции).Проанализировать имидж политического лидера (по выбору студента). Разработать методические рекомендации по его усовершенствованию. |
| 3 | Кейс  | Кейс 1Ознакомьтесь с приведенным ниже текстом листовки, выполненной в жанре абсурда. Вопросы и задания: 1.Определите, какие использованы способы воздействия на потребителя информации. Оцените их эффективность. 2.Какие задействованы жанры политической рекламы? 3.Кто является потенциальным потребителем и целевой аудиторией? 4.Какие превентивные или противодействующие меры вы бы предприняли на месте кандидата? Обличающая листовка, выполненная в жанре абсурда? Как стало известно из компетентных источников, Валерий (Вальтер) Рашке умело скрывал свое прошлое. В 1945 году эсэсовский офицер Вальтер Рашке был заморожен и пребывал в анабиозе при температуре минус 1917 градусов по Фаренгейту. В 1993 году передовые коммунистические ученые его отморозили. Теперь отмороженный Вальтер разгуливает по улицам Балашова и требует снять с него мумификационые бинты, потому что на него бросаются все собаки. Но, как розу ты ни назови, она все также пахнет розой!?.Кейс 2Используя видео, выложенное в сети Интернет, ознакомьтесь с записями теледебатов, проходивших накануне последних выборов федерального уровня. Обратите внимание на использование кандидатов данной площадки в качестве элемента избирательной технологии. Обратите внимание на язык телодвижений кандидатов. Подумайте, какие телодвижения являются продуктом работы психолога, а какие случайными, неконтролируемыми, раскрывающими психологическое состояние кандидата?  |
| 4 | Собеседование | Содержание и структура современного политического маркетинга. Политическая коммуникация: сущность, функции, типология. Комплекс коммуникаций политического маркетинга.Предпосылки и история развития PR в США, Европе и России. Тенденции развития PR в современном мире. История возникновения и развития политической рекламы. |

## Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| **Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** |
| --- | --- | --- |
| **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Собеседование | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает |  | 5 |
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях. |  | 4 |
| Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений. |  | 3 |
| Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала. |  | 3 |
| Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. |  | 2 |
| Не получены ответы по базовым вопросам. |  | 2 |
| Не принимал участия в собеседовании. |  | 2 |
| Доклад | Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике. |  | 5 |
| Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. |  | 4 |
| Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов. |  | 3 |
| Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.  |  | 2 |
| Доклад не подготовлен. |  |
| Творческое задание | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. |  | 5 |
| Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); |  | 4 |
| Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |  | 3 |
| Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы.Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. |  | 2 |
| Кейс | Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения кейса продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций. |  | 5 |
| Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования); |  | 4 |
| Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично». |  | 3 |
| Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы.Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки. |  | 2 |

## Промежуточная аттестация:

|  |  |
| --- | --- |
| **Форма промежуточной аттестации** | **Типовые контрольные задания и иные материалы****для проведения промежуточной аттестации:** |
| Зачет: в устной форме по билетам | Билет 1 1. Сущность и принципы связей с общественностью. Подходы к определению сущности понятия "паблик рилейшнз".2. Имидж как явление массового сознания. Алгоритм формирования имиджаБилет 21. Построение проекта PR-кампании.2. PR-средства избирательной кампании |

## Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| **Форма промежуточной аттестации** | **Критерии оценивания** | **Шкалы оценивания** |
| --- | --- | --- |
| **Наименование оценочного средства** | **100-балльная система** | **Пятибалльная система** |
| Зачет:в устной форме по билетам | Обучающийся:* демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;
* свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;
* способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;
* логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.

Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики. |  | 5 |
| Обучающийся:* показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;
* недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;
* недостаточно логично построено изложение вопроса;
* успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.

В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы. |  | 4 |
| Обучающийся:* показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;
* не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.

Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. |  | 3 |
| Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. |  | 2 |

## Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Форма контроля** | **100-балльная система**  | **Пятибалльная система** |
| Текущий контроль:  |  |  |
|  - собеседование |  | 2 – 5 |
|  - доклад |  | 2 – 5 |
|  - творческое задание |  | 2 – 5 |
| - кейс |  | 2 – 5 |
| Промежуточная аттестация зачет |  | зачтеноне зачтено |
| **Итого за семестр**зачет |  | зачтеноне зачтено |

* + - 1. Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

|  |  |
| --- | --- |
| **100-балльная система** | **пятибалльная система** |
| **зачет с оценкой/экзамен** | **зачет** |
| 85 – 100 баллов | отличнозачтено (отлично) | зачтено |
| 65 – 84 баллов | хорошозачтено (хорошо) |
| 41 – 64 баллов | удовлетворительнозачтено (удовлетворительно) |
| 0 – 40 баллов | неудовлетворительно | не зачтено |

# ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

* + - 1. Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:
		- проблемная лекция;
		- проектная деятельность;
		- интерактивная лекция;
		- групповая дискуссия;
		- мастер-классы специалистов и работодателей;
		- анализ ситуаций и имитационных моделей;
		- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
		- дистанционные образовательные технологии;
		- применение электронного обучения;
		- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
		- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
		- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
		- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
		- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

* + - 1. Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
			2. Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

# ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

* + - 1. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидовиспользуются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.
			2. При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.
			3. Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:
			4. Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.
			5. Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
			6. Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.
			7. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

# МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

* + - 1. Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.
			2. Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| **Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** | **Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.** |
| --- | --- |
| **115419, г. Москва, ул. Донская 39, строение 4, учебный корпус6** |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: * ноутбук;
* проектор;
* экран
 |
| аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: * ноутбук,
* проектор;
* экран
 |
| **Помещения для самостоятельной работы обучающихся** | **Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся** |
| читальный зал библиотеки: | * компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»
 |

* + - 1. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Необходимое оборудование** | **Параметры** | **Технические требования** |
| Персональный компьютер/ ноутбук/планшет,камера,микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет | Веб-браузер | Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3 |
| Операционная система | Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux |
| Веб-камера | 640х480, 15 кадров/с |
| Микрофон | любой |
| Динамики (колонки или наушники) | любые |
| Сеть (интернет) | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с |

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

# УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Автор(ы)** | **Наименование издания** | **Вид издания (учебник, УП, МП и др.)** | **Издательство** | **Год** **издания** | **Адрес сайта ЭБС** **или электронного ресурса *(заполняется для изданий в электронном виде)*** | **Количество экземпляров в библиотеке Университета**  |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **9.1 Основная литература, в том числе электронные издания** |  |  |
| 1 | Селентьева Д. О | Политическая имиджелогия 2-е изд., испр. и доп.  | Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/politicheskaya-imidzhelogiya-434299 | *-* |
| 2 | Ачкасовой В.А., Быкова И.А. | Связи с общественностью в органах власти.  | Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры | М.: Издательство Юрайт | 2018 | https://biblio-online.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-v-organah-vlasti-423100 | *-* |
| 3 | Чуев С. В. | Политический менеджмент. Коммуникативные технологии 2-е изд., испр. и доп.  | Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры | М.: Издательство Юрайт | 2018 | https://biblio-online.ru/book/politicheskiy-menedzhment-kommunikativnye-tehnologii-428193 | *-* |
| 4 | Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. | Реклама и связи с общественностью.  | Учебник для бакалавров | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-425190 | - |
| **9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания**  |  |  |
| 1 | Федотова Л. Н. | Реклама: Теория и практика.  | Учебник для академического бакалавриата | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-433005 | *-* |
| 2 | Почекаев Р.Ю. | История связей с общественностью 2-е изд., испр. и доп. | Учебное пособие для академического бакалавриата | М.: Издательство Юрайт | 2018 | https://biblio-online.ru/book/istoriya-svyazey-s-obschestvennostyu-415608 | *-* |
| 3 | Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. | Рекламная деятельность.  | Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры | М.: Издательство Юрайт | 2019 | https://biblio-online.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-433656 | *-* |
| **9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)** |
| 1 | Булков А.А. | Реклама и связи с общественностью: Методические указания к выпускной квалификационной работе | Методические указания | М.: МГУДТ, 2016 | 2016 |  | 30 |

# ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

## Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Ресурсы электронной библиотеки

* ***ЭБС Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/)*(учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);*

***Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com»*** [***http://znanium.com/***](http://znanium.com/) ***(э****лектронные ресурсы: монографии, учебные пособия, учебно-методическими материалы, выпущенными в Университете за последние 10 лет);*

* ***ООО «ИВИС»*** [***https://dlib.eastview.com***](https://dlib.eastview.com/) ***(****электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);*
* ***Web of Science*** [***http://webofknowledge.com/***](http://webofknowledge.com/) *(обширная международная универсальная реферативная база данных);*
* ***Scopus*** [***https://www.scopus.com***](https://www.scopus.com/)*(международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);*
* ***«SpringerNature»*** [***http://www.springernature.com/gp/librarians***](http://www.springernature.com/gp/librarians) *(международная издательская компания, специализирующаяся на издании академических журналов и книг по естественнонаучным направлениям);*
* ***Научная электронная библиотека еLIBRARY.RU*** [***https://elibrary.ru***](https://elibrary.ru/)*(крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);*
* ***ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)*** [***http://нэб.рф/***](http://нэб.рф/)*(объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений;*
* ***«НЭИКОН»***[***http://www.neicon.ru/***](http://www.neicon.ru/) *( доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);*
* ***«Polpred.com Обзор СМИ»*** [***http://www.polpred.com***](http://www.polpred.com/) ***(****статьи, интервью и др. информагентств и деловой прессы за 15 лет).*

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

* [*http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/databases/*](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/)*;*
* [*http://www.scopus.com/*](http://www.scopus.com/)*;*
* [*http://elibrary.ru/defaultx.asp*](http://elibrary.ru/defaultx.asp)*;*
* *http://www.garant.ru/;*
* *http://www.onestopenglish.com*
* *http://lessons.study.ru*
* *http://www.wikipedia.org*
* *http://www.idoceonline.com*
* *http://www.english.ru*
* *http://study-english.info*
* [*http://oup.com/elt/result*](http://oup.com/elt/result)

|  |  |
| --- | --- |
| **№ пп** | **Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы** |
|  | ЭБС «Лань» <http://www.e.lanbook.com/> |
|  | «Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М»<http://znanium.com/>  |
|  | Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <http://znanium.com/> |

## Перечень программного обеспечения

*1. Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул Е85-00638; № лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);*

*2. Microsoft® Office Professional Win 32 Russian License/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул 269-05620; лицензия №18582213 от 30.12.2004;*

*3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License лицензия №17ЕО-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017;*

*4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, артикул 79Р-00039; лицензия №43021137 от 15.11.2007;*

*5. 1C: предприятие 8. Клиентская лицензия на 10 рабочих мест (программная защита). Правообладатель ООО «Бизнес и Технология», сублицензионный договор № 9770 от 22.06.2016.*

*6. Операционная система Linax. (свободно распространяемое программное обеспечение под Linax).*

*7. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level, лицензия № 44892219 от 08.12.2008,*

*справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*8. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic Open No Level, лицензия 49413779, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*9. Dr. Web Desktop Security Suite, Антивирус + Центр управления на 12 мес., артикул LBWAC-12M-200-B1, договор с АО «СофтЛайн Трейд» № 219/17-КС от 13.12 2017;*

*10. Adobe Photoshop Extended CS5 12.0 WIN AOO License RU (65049824), 12 лицензий, WIN S/N 1330- 1002-8305-1567-5657-4784, Mac S/N 1330-0007-3057-0518-2393-8504, от 09.12.2010, ( копия лицензии).*

*11. Adobe Illustrator CS5 15.0 WIN AOO License RU (65061595), 17 лицензий, WIN S/N 1034-1008-8644-9963-7815-0526, MAC S/N 1034- 0000-0738-3015-4154-4614 от 09.12.2010, (копия лицензии);*

*12. Adobe Reader (свободно распространяемое).*

*13. Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic Open No Level, артикул FQC-02306, лицензия № 46255382 от 11.12.2009, (копия лицензии);*

*14. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open No Level, лицензия 47122150 от 30.06.2010, справка Microsoft «Условия использования лицензии»;*

*15. Система автоматизации библиотек ИРБИС64, договора на оказание услуг по поставке программного обеспечения №1/28-10-13 от 22.11.2013г.; №1/21-03-14 от 31.03.2014г. (копии договоров);*

*16. Google Chrome (свободно распространяемое).*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Программное обеспечение** | **Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое** |
|  | Windows 10 Pro, MS Office 2019  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |
|  | V-Ray для 3Ds Max  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019 |

### ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ пп** | **год обновления РПД** | **характер изменений/обновлений** **с указанием раздела** | **номер протокола и дата заседания** **кафедры** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |