



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.  
Носова»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИГО  
Л.Н. Санникова

02.02.2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ОСНОВЫ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА***

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы  
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	5

Магнитогорск  
2026 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации  
28.01.2026, протокол № 6

Зав. кафедрой



Н.В. Позднякова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО  
02.02.2026 г. протокол № 6

Председатель



Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:  
ст.преподаватель кафедры кафедры РЯОЯиМК, кандидат филологических наук

А.М.Максимова



Рецензент:

старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной  
лаборатории НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова" РЯОЯиМК, кандидат  
филологических наук



А.А.Осипова

## Лист актуализации рабочей программы

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.В. Позднякова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.В. Позднякова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.В. Позднякова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.В. Позднякова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2031 - 2032 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.В. Позднякова

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

дать представления и понятия и способах партизанского маркетинга

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Основы партизанского маркетинга входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Основы рекламы и PR

Информационные технологии в СМИ

Основы интернет-маркетинга

Аналитика интернет-маркетинга

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Брендинг территорий

Коммуникативные тактики и стратегии

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Политический PR

### **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины (модуля) «Основы партизанского маркетинга» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-1	Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-1.1	Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников
ПК-1.2	Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа
ПК-4	Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 4,4 акад. часов;
  - аудиторная – 4 акад. часов;
  - внеаудиторная – 0,4 акад. часов;
  - самостоятельная работа – 99,7 акад. часов;
  - в форме практической подготовки – 0 акад. час;
  - подготовка к зачёту – 3,9 акад. час
- Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Теория и практика интегрированных маркетинговых коммуникаций	5	1			20	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
1.2 Средства интегрированных маркетинговых коммуникаций		1			20	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4

Итого по разделу	2			40			
2. Раздел 2							
2.1 Понятие партизанского маркетинга			1	20	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
2.2 Принципы партизанского маркетинга	5		1	20	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
2.3 Основные средства партизанского маркетинга. Обзор кейсов				19,7	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4
Итого по разделу			2	59,7			
Итого за семестр	2		2	99,7		зачёт	
Итого по дисциплине	2		2	99,7		зачет	

## **5 Образовательные технологии**

Для формирования компетенции и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

На практических занятиях используются:

- разбор конкретных ситуаций;
- исследовательский метод;
- работа в команде;
- тренинги (навыковые);

В самостоятельной работе используются:

Конспектирование лекций – служит средством развития умственных способностей человека (мобилизует внимание, активизирует восприятие, мышление), вырабатывает умение в короткой и сжатой форме излагать мысли, развивает навыки литературного изложения, повышает культуру речи.

Поисковый метод – обеспечивает вовлечение учащихся в процесс самостоятельного приобретения знаний, сбора и исследования информации.

Исследовательский метод – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения.

Обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) Основная литература:**

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511454>.

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>.

3. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520553>.

**б) Дополнительная литература:**

1. Юсупова, А. М. Основы журналистской деятельности : учебное пособие / А. М. Юсупова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/21085> (дата обращения: 19.10.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM

2. Максимова, А. М. Техника и технология Интернет-СМИ : практикум / А. М. Максимова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2444> (дата обращения: 14.07.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

**в) Методические указания:**

Представлены в приложении 3

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое ПО	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Электронная база периодических изданий ООО «ИВИС»	<a href="https://eivis.ru/">https://eivis.ru/</a>

**9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа. Оснащение: Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оснащение: Доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Оснащение:

Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Оснащение: Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

### Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает конспектирование лекции, также предполагает выполнение практических заданий по определенной теме.

Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт».

Методические указания: после прочтения текста следует заполнить таблицу ИНСЕРТ. В нее необходимо записывать только ключевые слова или фразы.

V      +      -      ?

Пояснение:

«V» — уже знал

«+» — новое

«-» — думал иначе

«?» — не понял, есть вопросы

Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

Методические указания: в процессе составления плана ответы на вопросы необходимо использовать конспект лекции, ЭОРы. Необходимо кратко формулировать основные мысли, положения изучаемого материала. Приступая к освоению записи в виде плана ответов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает. Задание закрепляет и систематизирует знания.

Составление вопросов к текстам лекций по предложенным образцам. Методические указания. При формулировании вопросов, которые студенты составляют самостоятельно, опираясь на тему лекционного материала, целесообразно принимать во внимание следующие примеры:

- 1). Изобрази схематично строение....
- 2). Сделай соответствующие обозначения....
- 3). Воспроизведи схемы....
- 4). Обозначь основные элементы....

## 5). Выдели отличительные особенности...

Разные по сложности, разнообразные по характеру и форме образцы вопросов направляют мышление студентов на поиски ответов, а затем и на самостоятельную формулировку вопросов, что является приобщением к умственному труду.

Составление тестовых заданий по предложенным правилам (тесты с множественным ответом, тесты на соотнесение, тесты с выбором ответа «верно/неверно»).

Примерные вопросы к зачету:

1. Что такое «партизанский маркетинг»?
2. Методы изучения потребителей (описать 5 инструментов)
3. Роль «Партизанского маркетинга» в достижении эффективности работы компаний
4. Мастер-класс (презентация, семинар) как инструмент рекламы.
5. История возникновения термина «Партизанский маркетинг» (+Имена основателей термина)
6. Выбор эффективных подарков-рекламоносителей.
7. Основные методы воздействия, «Партизанского маркетинга»
8. «Принцип осьминога» или «принцип Парфенона»
9. Когда уместно использовать приёмы партизанского маркетинга?
10. Партнёрство с конкурентами и клиентами
11. Принципы, техники и рычаги «партизанского маркетинга»
12. Понятия «Фиолетовая корова» и «Голубые океаны»
13. Мифы «Партизанского маркетинга»
14. Сферы и методика использования инструмента «Ромашка Левитаса»
15. Что такое маркетинг партнёрских отношений?
16. Различия между интернет-маркетингом и интернет-рекламой
17. Партнёрство с бизнесами-друзьями,
18. Реакция на жалобы, каким образом работать с недовольными клиентами и нужно ли это делать?
19. Что такое «программы лояльности клиентов»?
20. Партнёрство со смежниками
21. Что такое трассировка рекламы?
22. Что такое бизнес - предтеча и бизнес-наследник?
23. Методы трассировки различных способов рекламы.
24. Подготовка «раздатки» (полезной информации с рекламой). Основные принципы создания «раздатки»
25. Что можно предложить бизнесу-предтеча за клиента?
- 26. Основные инструменты интернет-маркетинга**
27. Товар-детонатор

## Приложение 2

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства								
<b>ПК-1: Способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>										
<b>ПК-1.1</b>	<b>Осуществляет поиск и отбор информации из доступных источников</b>	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>                      Выбрать один из предложенных вариантов ответа на поставленный вопрос.                      Термин «психолингвистика» впервые употребил Н. Пронко в статье «Язык и психолингвистика», опубликованной в США в .... году.</p> <table style="margin-left: 20px;"> <tr><td>1</td><td>1930</td></tr> <tr><td>2</td><td>1946</td></tr> <tr><td>3</td><td>1970</td></tr> <tr><td>4</td><td>1968</td></tr> </table> <p><b>Практические задания</b>                      Опишите портрет потребителя образовательных услуг высшего учебного заведения по направлению подготовки «Реклама» и «Связи с общественностью». Выделите сходства и различия в описании представленных портретов групп потребителей.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>                      Задание 1. Используя платформу WordPress создать многостраничный сайт. 2. Разработать семантическое ядро и контент.</p>	1	1930	2	1946	3	1970	4	1968
1	1930									
2	1946									
3	1970									
4	1968									
<b>ПК-1.2</b>	<b>Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения</b>	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>                      Выбрать один из предложенных вариантов ответа на поставленный вопрос.                      Изначально психолингвистика возникла с ориентацией на...</p> <table style="margin-left: 20px;"> <tr><td>1</td><td>экспериментальные исследования речевой деятельности</td></tr> <tr><td>2</td><td>создание судебно-психолингвистической экспертизы</td></tr> <tr><td>3</td><td>обучение языку, в том числе иностранному</td></tr> <tr><td>4</td><td>исследование речевых событий</td></tr> </table> <p><b>Практические задания</b>                      Охарактеризуйте товар, услугу, персону, используя слова, термины и понятия, смысл которых имеет воздействующий характер на различные виды ощущений. При описании необходимо опираться на теорию ощущений Б. Г. Ананьева</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>                      Опишите социально-психологические особенности функционирования средств массовой информации; психологические критерии выбора средств распространения информации. Охарактеризуйте структуру коммуникативного</p>	1	экспериментальные исследования речевой деятельности	2	создание судебно-психолингвистической экспертизы	3	обучение языку, в том числе иностранному	4	исследование речевых событий
1	экспериментальные исследования речевой деятельности									
2	создание судебно-психолингвистической экспертизы									
3	обучение языку, в том числе иностранному									
4	исследование речевых событий									

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		процесса на примере любой формы интегрированных маркетинговых коммуникаций.
ПК-1.3	Соблюдает профессиональные и этические нормы на всех этапах работы	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>          Выбрать один из предложенных вариантов ответа на поставленный вопрос.          Назовите основателя психолингвистики.</p> <p>1 Ч. Осгуд          2 Н. Хомский          3 Т. Слама-Казаку          4 А.А. Леонтьев</p> <p><b>Практические задания</b>          1. Опишите жизненные установки конкретной целевой аудитории и разработайте товарный ассор- 60 тимент под каждую установку (5 – 6 уровней товарной линейки).</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>          Разработайте и представьте концепцию проекта продвижения объекта (товар, продукт, услуга и т. д.) с использованием приемов, инструментов и форм партизанского маркетинга.</p>
ПК-1.4	Готовит к публикации медиатекст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>          1. Что такое «Product Placement» и каковы причины его появления. 2. Какие статьи Закона о «Рекламе» могут регулировать Product Placement. 3. Какие форматы, модели, типы и виды Product Placement существуют? 4. В чем заключаются коммуникативные преимущества Product Placement перед другими видами рекламы? 5. Какие этапы создания PP включены в технологию?</p> <p><b>Практические задания</b>          2. Перечислите стереотипы, способствующие продвижению товаров и услуг. .</p> <p><b>Пример комплексного задания</b>          Задача: разработайте и нативный формат продвижения любого объекта (товар, услуга, персона, территория, образ жизни, идея и т.д.) для любой продающей платформы (магазин, агентство и т. д.)</p>
<b>ПК-4: Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</b>		
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b>          1. Какой смысл вкладывается в определение понятия «event-marketing»? 2. Какие основные объекты продвигаются посредством event-мероприятий? 3. Каково соотношение понятий: «event-мероприятие», «специальное мероприятие» и «event-marketing». 4. Какие цели и задачи, преследует event-marketing? 5. В каких форматах организуется event-marketing?</p> <p><b>Практические задания</b>          11. Опишите структуру имиджа специалиста по интегрированным маркетинговым коммуникациям. 2.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>Охарактеризуйте технологию, средства, инструменты формирования и продвижения имиджа специалиста по ИМК.</p> <p><b>Пример комплексного задания</b> Разработайте концепцию мероприятия, которая включает в себя: Идею и фирменный стиль мероприятия; Название и слоган мероприятия; 82 Площадку для проведения мероприятия; Детализацию программы мероприятия; Индивидуальный сценарий для каждой части программы.</p>
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ	<p><b>Перечень теоретических вопросов</b> 1. Что такое «самореклама»? 2. Какие цели, задачи, стратегии, реализуются в процессе саморекламирования? 3. Какие компоненты включены в я-концепцию как основу проектирования процесса саморекламы? 4. Какие технологии используются для саморекламирования? 5. Какие инструменты и средства саморекламирования существуют?</p> <p><b>Практические задания</b> 1. Опишите собственную Я-концепцию и определите для себя имидж, который точно соотносится с психографическим портретом вашей целевой аудитории. 2. Охарактеризуйте средства, инструменты и технологии саморекламирования</p> <p><b>Пример комплексного задания</b> Создайте дорожную карту по переориентации неудачного имиджа политика на более удачный</p>

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания: Примерная структура и содержание пункта:**

Изучение дисциплины завершается сдачей экзамена.

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекционных, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы, и имеет целью проверку знаний студентов по теории и выявление навыков применения полученных знаний при решении практических задач, а также навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой.

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении условий:

- полностью выполнены все домашние задания;
- успешно решены тесты (не менее 50% от максимального балла).

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем.

Экзамен проводится по билетам, охватывающим весь пройденный материал. Билет состоит из двух теоретических вопросов по определенным темам.

По окончании ответа преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

**Показатели и критерии оценивания экзамена:**

- на оценку «отлично» – студент должен показать высокий уровень знаний не

только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку **«хорошо»** – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку **«удовлетворительно»** – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку **«неудовлетворительно»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

### Методические указания

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.
- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.
- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.
- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помешать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.
- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к экзамену. Готовиться нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на экзамен.
- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
- Разделите вопросы для экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.