

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра международных отношений, политологии и регионоведения

Ф.я7
Д241

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАМПАНИИ

Методические указания

Под редакцией М.Ю. Гутенева

Челябинск
Издательский центр ЮУрГУ
2022

ББК Ф01.я7
Д241

Одобрено
учебно-методической комиссией Института лингвистики
и международных коммуникаций

Рецензент:
к. п. н. В.Н. Максимова

Д241 **Организация информационной политической кампании:** методические указания / сост. М.О. Двойненко; под ред. М.Ю. Гутенева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 15 с.

Методические указания предназначены для студентов направления 41.04.04. «Политология» (уровень магистратура). Целью методических указаний является оказание помощи студентам в изучении дисциплины «Организация информационной политической кампании». В методических указаниях отражены состав и объем учебной дисциплины, тематика лекций и содержание семинарских занятий; предлагаются по каждой теме вопросы для самоконтроля, требования к оформлению практических работ для промежуточного контроля усвоения знаний студентами, вопросы к зачету; содержится список основной и дополнительной литературы.

ББК Ф01.я7

© Издательский центр ЮУрГУ, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. ТЕМЫ ЛЕКЦИЙ.....	6
3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	8
4. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА.....	10
4.1. Аналитический обзор	10
4.2. Конспект-схема	11
4.3. Аналитический доклад «Анализ информационной политической кампании регионального отделения политической партии»	12
4.4. Ответ на практических занятиях	13
4.5 Конспект лекций	14
5. КОНТРОЛЬНО-РЕЙТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ	14
6. КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	15
7. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ	15

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Организация информационной политической кампании» является частью подготовки по программе 41.04.04 «Политология» (уровень магистратура). Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением разработки и реализации стратегии и тактики политической коммуникации на разных уровнях государственного управления и в период подготовки и проведения электоральных кампаний. Особое внимание в структуре дисциплины уделяется изучению коммуникативных инструментов, используемых в политике, и анализу общественных настроений, сформированных под влиянием социально-значимой информации. По итогам курса обучающийся освоит основные инструменты, необходимые для организации, проведения и оценки информационной политической кампании как для электоральных кампаний, так и для решения текущих задач политических акторов.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Организация информационной политической кампании» является ЗАЧЕТ. Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом 41.04.04. Политология (уровень магистратура) и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский.

Данное пособие представляет описание видов работ, содержание обсуждаемых тем и вопросов на лекционных и практических занятиях, порядок проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 01.03.2022);
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлениям подготовки: 41.04.04. Политология (уровень магистратура) утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 13 июля 2017 г. № 654;
- Положение ЮУрГУ от 16.08.2017 №300 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования»;
- Положение ЮУрГУ «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации» № 309 от 16.08.2017;
- Положение ЮУрГУ «О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся» № 179 от 24.05.2019 (редакция от 10.03.2022 № 25–13/09)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: развитие умений и навыков в организации информационной политической кампании как совокупности технологий и практик для распространения информации о политическом акторе, формирующей общественное мнение.

Задачи:

1. Изучить теоретические основы организации информационной политической кампании.
2. Изучить механизмы и практики организации информационной политической кампании в политической сфере.
3. Изучить инструменты политического анализа для оценки перспектив, эффективности и достигнутого социального эффекта при организации информационной политической кампании.
4. Содействовать воспитанию у обучающихся ответственного отношения к распространению информации, обладающей социальным эффектом в политической сфере.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

Знает: лексико-грамматический материал для осуществления эффективной коммуникации в академической и профессиональной сферах взаимодействия;

Умеет: составлять, переводить и редактировать различные профессиональные и академические тексты, необходимые для организации информационно-политической кампании;

Имеет практический опыт: академической и профессиональной коммуникации в процессе организации информационно-политической кампании.

ПК-7. Способен планировать и организовать политические кампании.

Знает: принципы, техники и технологии политической коммуникации, необходимые для организации информационно-политической кампании; нормативно-правовые основы ведения информационно-политической кампании;

Умеет: применять современные информационно-коммуникационные технологии в организации информационной политической кампании;

Имеет практический опыт: подготовки различных материалов, необходимых в организации информационной политической кампании.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е./72 ч. (табл. 1).

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		IV
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	40	40

2. ТЕМЫ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Понятие ИПК: Организация информационной политической кампании: структура, этапы, цели

Политическая кампания и её направления в структуре политического менеджмента. Понятие «политической кампании» используется для обозначения отдельного управленческого процесса в политическом менеджменте, информация как политический ресурс. Управление информацией в политике. Субъекты управления информацией, политические акторы и политические институты: цели и задачи при организации информационной политической кампании.

Тема 2. Исследования политического рынка при организации информационной политической кампании и её оценки

Диагностический этап при подготовке информационной политической кампании, анализ СМИ и существующих информационных каналов для получения и трансляции важной информации (аудитория медиа, политические предпочтения редакций, основные темы и т. д.), рейтингов и образов заказчика (кандидата, политической партии), оппонентов.

Методы политического анализа, основанные на выявлении сильных и слабых сторон (SWOT-анализ, PEST-анализ), выявление факторов и ресурсов политического актора, необходимых для организации информационной кампании (факторный анализ), методы мониторинга медийной сферы.

Тема 3. Информационные политические риски и их нивелирование по средствам информационной политической кампании

Понятие и виды политических рисков и угроз для политической системы, политического актора. Освещение социальных процессов на региональном и

федеральном уровне. Формы официальной коммуникации политических институтов с населением. Политическая повестка, политический тренд в медийном пространстве.

Тема 4. Управление процессами мотивации граждан при организации информационных политических кампаний

Теории мотивации при организации информационной политической кампании: структуралистская теория, социально-психологическая теория, теория рационального выбора, когнитивная теория. Факторные мотивации общественности при выстраивании эффективных каналов коммуникации. Восприятие социально-политической информации: активная и пассивная позиция.

Тема 5. Формирование стратегии и тактики при организации информационной политической кампании в период избирательного цикла

Этапы информационно-политической кампании: анализ обстановки, разработка программы и выбор каналов коммуникации, раскрытие основной темы (месседжа) информационной политической кампании, завершение кампании и подведение итогов, оценка коммуникативного эффекта, получение обратной связи от электората. Медиа-ритм кампании. Выбор коммуникативной стратегии (прямое воздействие, новые медиа, информационно-рекламные материалы, организация сторонников).

Тема 6. Идеологическая часть при организации информационно-политической кампании в период избирательного цикла

Разработка слогана кампании, фирменный стиль политической кампании, разработка основной позиции по актуальным проблемам и вызовам политической повестки, с которыми может столкнуться политический субъект, анализ идеологии и стиля конкурентов. Разработка рекламных материалов для разных типов платформ (листовки, биография, баннер, и др.), требования к содержанию и распространению.

Тема 7. Медиа-сопровождение при организации информационной политической кампании в период избирательного цикла

Выбор источников распространения информации. Медиапланирование, разработка медиаплана, бюджетирование, оценка эффективности. Таргетинг и рекламное сопровождение при организации информационной политической кампании в онлайн-пространстве. SMM в деятельности GR. Жанры медиа-рекламных материалов при организации информационной политической кампании.

Тема 8. Технологии формирования позитивного общественного мнения при организации информационной политической кампании

Понятие общественного мнения, политической коммуникации массового сознания. Анализ общественного мнения (политические тренды и тенденции). Технологии формирования общественного мнения.

Организация информационной политической кампании для нивелирования социальной напряжённости, переключения повестки, способной вызвать социальное напряжение, и решения социальных конфликтов.

3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Общая теория политической коммуникации в структуре организации информационной политической кампании

1. Теория массового общества Г. Блумер и концепция коммуникации Г. Лассуэлла.
2. Модель двухуровневой коммуникации П. Лазарсфельда; коммуникативная концепция Х. Арендт.
3. Информационно-кибернетический подход и К. Дойч, политическая коммуникация в функционалистской теории Г. Алмонда и Дж. Коулмана.
4. Информационная политическая кампания: этапы, ресурсы, инструменты оценки.

Тема 2. Управление при организации информационной политической кампании в субъекте Федерации (на примере Челябинской области)

1. Управление информационной политической кампании: методы, этапы, ресурсы, инструменты оценки.
2. Анализ регионального политического рынка.
3. Информационные кампании, реализованные в сфере политики на территории региона.

Тема 3. Методы анализа политической информации и информационное сопровождение политических рисков

1. Риски информатизации системы политического управления. Управление информационно-политическими рисками в современных российских условиях
2. Количественные, качественные методы анализа традиционных медиа.
3. Количественные, качественные методы анализа новых медиа.
4. Технологии GR для антикризисного управления.

Тема 4–5. Символическое поле при организации информационной политической кампании

1. Политический символизм и политический дискурс.
2. Вербальный и невербальный имидж, бренд в политике.
3. Символические и идеологические элементы политического бренда и имиджа в медиа.
4. Механизмы массовой мобилизации для разных каналов коммуникации.
5. Архетипические образы в политической коммуникации.
6. Разработка месседжа при организации информационной политической кампании.

Тема 6. Формирование стратегии и тактики при организации информационной политической кампании в период избирательного цикла

1. Понятие избирательного цикла при организации информационной политической кампании.
2. Стратегия при организации информационной политической кампании.
3. Тактика при организации информационной политической кампании.

Тема 7. Медиа-сопровождение при организации информационной политической кампании в период избирательного цикла

1. Медиапланирование при организации информационной политической кампании в СМИ и новых медиа.
2. Разработка текстов PR для транслирования в медиа (листочка, заявление для СМИ, биография, пресс-релиз).
3. Политическая повестка: анализ, реагирование, эксплуатация.

Тема 8. Технологии формирования позитивного общественного мнения при организации информационной политической кампании

1. Формирование политической повестки: повестка на позитив, на негатив, на преодоление информационной кризисной ситуации.
2. Антикризисные PR и GR технологии.
3. Технологии работы с массовым сознанием в онлайн пространстве.

Основная литература

1. Забурдаева, Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: учебник / Е.В. Забурдаева. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – 343 с. – ISBN 978-5-7567-0647-5. – <https://e.lanbook.com/book/97265>.
2. Мостяев, Ю.Н. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании: учебное пособие / Ю.Н. Мостяев. – Рязань: РГРТУ, 2013. – 104 с. – <https://e.lanbook.com/book/168023>.
3. Политический менеджмент: учебное пособие / составители Е.В. Галкина, Т.Б. Легенина; под редакцией Е. В. Галкиной. – Ставрополь: СКФУ, 2016. – 104 с. – <https://e.lanbook.com/book/155471>.
4. Политический менеджмент: учебно-методическое пособие / составитель Д. В. Сосунов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Воронеж: ВГУ, 2017. – 74 с. – <https://e.lanbook.com/book/154844>.
5. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: PR и реклама: учебное пособие / Т.Э. Гринберг. – 2-е изд. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 280 с. – ISBN 978-5-7567-0639-0. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/68679>
6. Политический анализ и прогнозирование: учебник для вузов / под общей редакцией В.А. Семенова. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 433 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12707-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/493777>

7. Лютый, В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) : 2019-08-23 / В.П. Лютый. – Москва: РГУП, 2012. – 292 с. – <https://e.lanbook.com/book/123267>

8. Чуев, С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии: учебное пособие для вузов / С.В. Чуев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 244 с.

9. Невская, Т.А. Информационно-аналитическое сопровождение избирательных кампаний: российский и зарубежный опыт / Т.А. Невская // Социодинамика. – 2019. – № 10. – <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-analiticheskoe-soprovozhdenie-izbiratelnyh-kampaniy-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt>.

10. Володенков, С.В. Особенности Интернета как современного пространства политических коммуникаций / С.В. Володенков // Вестник МГОУ. – 2017. – № 4. – <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-interneta-kak-sovremennogo-prostranstva-politicheskikh-kommunikatsiy>.

11. Малкин, Е.Б. Политические технологии / Е.Б. Малкин, Е.Б. Сучков. – М.: Русская панорама, 2006. – 680 с.

4. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа – это учебная работа студента, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без непосредственного его участия.

Основными формами самостоятельной работы являются:

- написание аналитического обзора;
- подготовка конспект-схемы, раскрывающей один из методов анализа информационной повестки;
- написание аналитического доклада;
- подготовка к зачёту.

Контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля включают подготовку следующих письменных заданий для загрузки на портале курса в Электронном ЮУрГУ

4.1. Аналитический обзор

Обзор готовится на общую тему «Теоретические исследования в области политической коммуникации». При подготовке обзора необходимо обратить внимание на классические исследования в области политической коммуникации, а также на рейтинговые исследования современных политологов

Оформление. Аналитический обзор оформляется на листах А 4, шрифтом Times New Roman, размером шрифта 14 пунктов с интервалом между строк – 1,5. Размер полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 2 см, правое – 2 см. Титульный лист считается первым, не нумеруется. Объём работы до пяти печатных

листов, включая титульный лист. Все сокращения в тексте должны быть расшифрованы.

Рекомендуемая структура обзора:

- титульный лист с указаниями Ф.И.О. и конкретизацией предмета обзора;
- историческая справка о выборном авторе (группе авторов), которому они придерживаются;
- основная часть. В ней рассказывается об выбранной вами теории и какие методы придерживаются её авторы, анализируются полученные результаты;
- заключение. Подводятся итоги работы обобщение описанного выше;
- список используемой литературы.

Для защиты обзора рекомендуется подготовить мультимедийную презентацию. Объем презентации до 7 слайдов.

Оценивание аналитического обзора входит в итоговый балл. Максимальный балл – 5.

5 баллов ставится в случае, если работа подготовлена в указанные сроки, соблюдены формальные требования к оформлению и содержанию, приведено не менее 4 исследований в области политической коммуникации раскрыты позиции авторов и авторский подходы, подготовлена сопроводительная презентация, студент смог ответить на вопросы.

4 балла ставится в случае, если работа подготовлена в указанные сроки, соблюдены формальные требования к оформлению и содержанию, приведено не менее 3 исследований в области политической коммуникации раскрыты позиции авторов и авторский подходы, подготовлена сопроводительная презентация, студент смог ответить на вопросы.

3 балла ставится в случае, если работа подготовлена в указанные сроки, соблюдены формальные требования к оформлению и содержанию, приведено не менее 2 исследований в области политической коммуникации раскрыты позиции авторов и авторский подходы, не подготовлена сопроводительная презентация, студент не смог ответить на вопросы.

2 балла ставится в случае, если работа подготовлена не в срок, соблюдены формальные требования к оформлению и содержанию, приведено не менее 1 исследования в области политической коммуникации слабо раскрыты позиции авторов и авторский подходы, не подготовлена сопроводительная презентация, студент не смог ответить на вопросы.

1 балл ставится, если студент подготовил доклад с исследованием в области политической коммуникации, но не представил сопроводительное публичное выступление к нему.

0 баллов ставится в случае, если работа не сдана.

4.2. Конспект-схема

Подготовка конспект-схемы в формате инфографики, раскрывающей один из политологических методов для анализа политической повестки.

Оформление. Работа выполняется в формате инфографики на листе формата А4, где в центре выборный политологический метод и от него отходят схематичные ответвления.

Критерии оценивания конспект-схемы

Максимально можно получить 5 баллов.

5 баллов выставляется, если студент смог схематично раскрыть один из методов анализа, привёл не менее трех примеров применения метода для анализа информационной политической повестки, работа выполнена в срок.

4 балла выставляется, если студент смог схематично раскрыть один из методов анализа, привёл не менее двух примеров применения метода анализа информационной политической повестки, в работе есть мелкие недочеты и неточности, работа выполнена в срок.

3 балла выставляется, если студент смог схематично раскрыть один из методов анализа, привёл не менее одного примера применения метода для анализа информационной политической повестки, в работе есть мелкие недочеты и неточности, работа выполнена с задержкой больше, чем на одну неделю.

2 балла выставляется, если студент смог схематично раскрыть один из методов анализа, нет примера применения метода для анализа информационной политической повестки или он не соответствует выбранному методу анализа, в работе есть мелкие недочеты и неточности, работа выполнена с задержкой больше, чем на одну неделю.

1 балл выставляется, если студент смог схематично раскрыть один из методов анализа, нет примера применения метода для анализа информационной политической повестки, в работе есть значительные недочеты и неточности, работа выполнена с задержкой больше, чем на две недели.

0 баллов ставится в случае, если работа не сдана.

4.3. Аналитический доклад «Анализ информационной политической кампании регионального отделения политической партии»

Необходимо проанализировать информационную кампанию регионального отделения политической партии (по выбору студента), выявить сильные и слабые стороны информационного позиционирования ПП, транслируемый месседж, основные эксплуатируемые темы. По итогам анализа автор формулирует предложения по совершенствованию организации информационного позиционирования политической партии в медийном пространстве региона, возможным направлениям дальнейшей работы.

Требования к оформлению

Оформляется на листах А 4, шрифтом Times New Roman, размером шрифта 14 пунктов с интервалом между строк – 1,5. Размер полей: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 2 см, правое – 2 см. Титульный лист считается первым, не нумеруется. Объем работы до 10 листов. При написании Параграфа 1, автор

должен сопровождать текст визуальными примерами текущих информационных проектов политической партии.

Рекомендуемая структура:

- Параграф 1: Общее состояние и текущее позиционирование политической партии (основной месседж, новостная повестка, имиджевый образ лидеров);
- Параграф 2: Выявление проблемы информационного сопровождения деятельности политической партии;
- Параграф 3: Предложения и рекомендации по совершенствованию информационного сопровождения деятельности политической партии (предложения автора по организации возможной информационной политической кампании).

Критерии оценивания

5 баллов ставится в случае, если проведен анализ и он содержит авторские рекомендации подготовленные в указанные сроки, соблюдены формальные требования к оформлению и содержанию, в работе проведен анализ текущего позиционирования политической партии и предложены рекомендации по совершенствованию позиционирования в нескольких каналах коммуникации.

4 балла ставятся в случае, если в работе есть ошибки с оформлением. В работе проведен некорректный анализ текущего позиционирования политической партии, нет анализа месседжей, лежащих в основе позиционирования политической партии в регионе, но предложены рекомендации по совершенствованию позиционирования в нескольких медийных плоскостях.

3 балла ставится в случае, если в работе нет опоры на методы политического анализа, но представлены рекомендации, которые сопровождаются выводами. Предложены направления работы с не менее чем одной целевой аудиторией.

от 1 до 2 баллов ставится в случае, если работа не выполнена в должной мере, например, присутствует только анализ политической идеологии и месседжа региональной политической партии.

0 баллов ставится в случае, если работа не сдана.

4.4. Ответ на практических занятиях

Работа на практических занятиях является частью текущего контроля.

Максимальный балл за практические занятия – 24. За каждое занятие студент может получить максимально 3 балла, если подготовлен чёткий ответ на вопросы, продемонстрировано владение терминологией, студент смог привести примеры из политической сферы жизни общества.

Критерии оценивания

3 балла если студент в рамках практического занятия смог подготовить структурированный устный ответ на один из вопросов семинара, смог привести

примеры по характеризующей теме и ответить на дополнительный вопрос преподавателя или аудитории.

2 балла если студент в рамках практического занятия смог подготовить устный ответ на один из вопросов семинара со значительными смысловыми неточностями, смог привести примеры по характеризующей теме, но они содержат неточность и не смог ответить на дополнительный вопрос преподавателя или аудитории.

1 балл студент весь свой ответ в рамках практического занятия читал по заготовленному материалу, ответ студента был не структурирован и не раскрывал требуемый объем вопросов, не смог привести пример по характеризующей теме, не смог ответить на дополнительные вопросы.

0 баллов выставляется если студент отказался отвечать в рамках семинарского занятия на вопрос.

4.5. Конспект лекций

Студент в течение семестра конспектирует лекционный материал по каждой теме, опираясь на материалы курса в Электронном ЮУрГУ и материалы лекционных занятий. За наличие конспекта одной лекции студенту начисляется максимум 1 балл. Максимальный балл за конспекты лекций – 8.

Критерии оценивания

1 балл если студент в конце текущего семестра предоставил в письменном виде лекцию содержащую краткую фиксацию всех обсуждаемых вопросов.

0 баллов если студент в конце текущего семестра не предоставил в письменном виде лекцию содержащую краткую фиксацию всех обсуждаемых вопросов или зафиксированы не все вопросы, обсуждаемые в рамках лекции.

5. КОНТРОЛЬНО-РЕЙТИНГОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Текущий контроль проводится в течение семестра и предусматривает следующие контрольно-рейтинговые мероприятия (КРМ) (табл. 2).

Таблица 2

№	Название	Максимальный балл	Количество КРМ
КРМ 1	Написание аналитического обзора	5	1
КРМ 2	Конспект-схема	5	1
КРМ 3	Написание аналитического доклада;	5	1
КРМ 4	Ответ на практических занятиях	24	8
КРМ 5	Конспект лекции	8	8
Всего баллов за КРМ		47	

6. КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Программа дисциплины «Организация информационной политической кампании» предусматривает проведение консультаций для обеспечения руководства самостоятельной работой обучающихся и оказания им помощи в освоении учебного материала. Консультации проводятся регулярно в соответствии с установленным на кафедре графиком, и носят индивидуальный и необязательный характер. Используются два вида консультаций: индивидуальные (для работы с малоактивными и отстающими студентами) и групповые (для разъяснения всем слушателям отдельных, часто наиболее сложных или особо значимых вопросов дисциплины). Групповые и индивидуальные консультации проводятся в соответствии расписанием. Также студент может задавать вопросы в письменной форме на электронную почту преподавателя или в специальном разделе портала «Электронный ЮУрГУ».

7. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

В соответствии с Положением ЮУрГУ «О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся» № 179 от 24.05.2019 (редакция от 10.03.2022 № 25–13/09) пункт 2.6 рейтинг обучающегося по дисциплине определяется только по результатам текущего контроля. Студенты, успешно выполнившие контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и набравшие более 60% (28 баллов) по контрольно-рейтинговым мероприятиям, получают ЗАЧЁТ. Если студент не набрал достаточное количество баллов во время семестра, то в период консультаций в конце семестра он должен досдать КРМ для прохождения промежуточной аттестации для достижения необходимого балла, который позволяет преподавателю выставить студенту зачет по дисциплине. Так же студент может повысить свой балл и в межсессионный период, выслав свои работы на портале Электронный ЮУрГУ и в соответствии расписанием консультаций.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАМПАНИИ

Методические указания

Составитель **Двойненко** Максим Олегович

Под редакцией М.Ю. Гутенева

Техн. редактор *А.В. Миних*

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 22.12.2022. Формат 60×84 1/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 0,93. Тираж 30 экз. Заказ 506/200.

Отпечатано в типографии Издательского центра ЮУрГУ.
454080, г. Челябинск, проспект Ленина, 76.