

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Е.Н. Сейфиева

«29» января 2026 г.

Е.А. Камбарова

Работа с лидерами мнений в социальных сетях

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

профиль «Интегрированные коммуникации»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финансового университета протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Содержание

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы(перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объём дисциплины(модуля) в зачетных единицах и академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов(в академических часах) и видов учебных занятий	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Учебно-тематический план	7
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	9
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	12
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для усвоения дисциплины	17
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для усвоения дисциплины	18
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин	19
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения	20
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21

1. Наименование дисциплины

«Работа с лидерами мнений в социальных сетях»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПKN-10	Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и учитывать эффекты и последствия, следуя принципам социальной ответственности	1. Измеряет коммуникационную и экономическую эффективность результатов коммуникационных активностей организации. 2. Определяет организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации.	1. Знать: критерии измерения коммуникационной и экономической эффективности результатов коммуникационных активностей организации Уметь: измерить коммуникационную и экономическую эффективность результатов коммуникационных активностей организации 2. Знать: организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации Уметь: идентифицировать организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации
ПКП-4	Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг нелегального использования созданных результатов коммуникационной деятельности	1. Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей. 2. Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. 3. Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации.	1. Знать: правила и процедуру оформления прав на результаты коммуникационных активностей. Уметь: применить на практике правила и процедуру оформления прав на результаты коммуникационных активностей. 2. Знать: принципы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. Уметь: применить на практике принципы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. 3. Знать: процедуру подготовки к внесудебной защите результатов коммуникации Уметь: применить на практике процедуру подготовки к внесудебной защите результатов коммуникации

--	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Работа с лидерами мнений в социальных сетях» входит в цикл профиля (элективный) ОП "Реклама и связи с общественностью", профиль «Интегрированные коммуникации» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4. Объём дисциплины(модуля)в зачетных единицах и в академических часах с выделением аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2.

Вид учебной работы по дисциплине		
	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	108
<i>Контактная работа- Аудиторные занятия</i>	34	34
Лекции	16	16
Семинары и практические занятия	18	18
<i>Самостоятельная работа</i>	74	74
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Лидеры общественного мнения в социальных сетях: понятие, признаки, типы.

Понятия лидерства и лидера. Специфика лидерства в социальных сетях. Категория «лидер общественного мнения». Психологические и моральные признаки лидера. Авторитет и лидерство. Харизматическое лидерство в

цифровых социальных сетях. Формальное и неформальное лидерство в контексте лидерства в социальных медиа. Ролевые модели лидера общественного мнения («знаменосец», «торговец», «пожарный», «спаситель», «мудрец» и т.д.). Конструктивные и деструктивные (конвенциональные и неконвенциональные) лидеры общественного мнения в социальных медиа.

Тема 2. Методы изучения моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей.

Разновидности контент-анализа для определения стиля лидерства в социальных медиа: интент-анализ, дискурс-анализ, когнитивное картирование. Анализ социальных графов в изучении моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей. Вершины и ребра социальных графов как структуры взаимодействия участников цифрового сообщества. Кластеры социальных графов. Понятие силы и плотности связей социально-медийной группы. Макролидерская и микролидерская модели управления цифровой группой. Идентификация макролидерской и микролидерской моделей с применением программного обеспечения для анализа социальных графов. Горизонтальная и вертикальная структуры взаимодействия участников социально-медийных сообществ.

Тема 3. Разработка стратегии управления социально-медийными группами.

Этапы развития цифрового сообщества, групповая динамика онлайн-сети. Привлечение внимания, удержание, активизация пользовательского резонанса. Методы работы с целевой аудиторией. Социально-медийный менеджмент в реализации онлайн-лидерства. Принципы выбора модели и роли лидера общественного мнения. Специфика реализации различных моделей и ролей лидером общественного мнения.

Тема 4. Технологии выявления и противодействия радикальным оппозиционным тоталитарным лидерам в социальных медиа.

Признаки тоталитарной модели радикального лидера в социальных медиа: искусственная накрутка подписчиков/характеристик пользовательской активности, отсылка к знакомству к известным авторитетам, посты «предсказательного» характера, неприятие критики, вопросная форма общения, использование технологии «хакмора» и др. Использование повестки радикального тоталитарного лидера для создания альтернативных потоков конвенционального толка.

Тема 5. Лидерские технологии в сопровождении информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий.

Определение направлений работы в процессе сопровождения информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий (разработка цели, стратегии реализации этих кампаний). Способы объединения команды информационной и электоральной кампании в цифровой среде (формирование и управление коммуникацией, координация плотности связей внутри команды). Методы мотивации и побуждения к эффективной работе команды информационной и электоральной кампаний). Установление сотрудничества с конвенциональными, конструктивными лидерами общественного мнений в социальных медиа, оказание им методической и организационной поддержки. Методы взаимного увеличения пользовательской аудитории и характеристик ее пользовательской активности за счет взаимодействия с конвенциональными, конструктивными лидерами общественного мнений в социальных медиа.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3.

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемо сти
		Всего	Контактная работа* - Аудиторная работа			Самост оатель ная работа	
			Обща я	Лекции	Семинары, практически е занятия		
1.	Лидеры общественного мнения в социальных сетях: понятие,	23	8	4	4	15	презентаци и дискуссии рефератив ное

	признаки, типы.						сообщение
2.	Методы изучения моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей.	21	6	2	4	15	презентации и дискуссии
3.	Разработка стратегии управления социально-медийными группами.	23	8	4	4	15	презентации и дискуссии
4.	Технологии выявления и противодействия радикальным оппозиционным тоталитарным лидерам в социальных медиа.	19	4	2	2	15	презентации и дискуссии
5.	Лидерские технологии в сопровождении информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий.	22	8	4	4	14	Презентации, дискуссии и контрольная работа
	В целом по дисциплине	108	34	16	18	74	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %		31	47	53	69	

*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в

виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Лидеры общественного мнения в социальных сетях: понятие, признаки, типы.	1. Понятия лидерства и лидера. 2. Специфика лидерства в социальных сетях. 3. Категория «лидер общественного мнения». 4. Психологические и моральные признаки лидера. 5. Авторитет и лидерство. 6. Харизматическое лидерство в цифровых социальных сетях. 7. Формальное и неформальное лидерство в контексте лидерства в социальных медиа. 8. Ролевые модели лидера общественного мнения. 9. Конструктивные и деструктивные (конвенциональные и неконвенциональные) лидеры общественного мнения в социальных медиа. (8.1, 8.2, 8.3, 8.5., 8.6; 9.все)	Опрос, студентов по вопросам темы. Выступление с докладами. Научная дискуссия
Методы изучения моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей.	1. Разновидности контент-анализа для определения стиля лидерства в социальных медиа: интент-анализ, дискурс-анализ, когнитивное картирование. 2. Анализ социальных графов в изучении моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей. 3. Вершины и ребра социальных графов как структуры взаимодействия участников цифрового сообщества. 4. Кластеры социальных графов. 5. Понятие силы и плотности связей социально-медийной группы. 6. Макролидерская и микролидерская модели управления цифровой группой. 7. Идентификация макролидерской и микролидерской моделей с применением программного обеспечения для анализа социальных графов. 8. Горизонтальная и вертикальная структуры взаимодействия участников	Выступление с докладами. Опрос, студентов по вопросам темы. Научная дискуссия.

	социально-медийных сообществ. (8.4, 8.5., 8.6; 9.все)	
Разработка стратегии управления социально-медийными группами.	1. Этапы развития цифрового сообщества, групповая динамика онлайн-сети. 2. Привлечение внимания, удержание, активизация пользовательского резонанса. 3. Методы работы с целевой аудиторией. 4. Социально-медийный менеджмент в реализации онлайн-лидерства. 5. Принципы выбора модели и роли лидера общественного мнения. 6. Специфика реализации различных моделей и ролей лидером общественного мнения. (8.1, 8.2, 8.3, 8.4; 9.все)	Опрос, студентов по вопросам темы. Выступление с докладами. Научная дискуссия.
Технологии выявления и противодействия радикальным оппозиционным тоталитарным лидерам в социальных медиа.	1. Признаки тоталитарной модели радикального лидера в социальных медиа. 2. Использование повестки радикального тоталитарного лидера для создания альтернативных потоков конвенционального толка. (8.1., 8.2, 8.3, 8.6; 9.все)	Опрос, студентов по вопросам темы. Выступление с докладами. Выполнение практических заданий
Лидерские технологии в сопровождении информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий.	1. Определение направлений работы в процессе сопровождения информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий. 2. Способы объединения команды информационной и электоральной кампании в цифровой среде. 3. Методы мотивации и побуждения к эффективной работе команды информационной и электоральной кампаний. 4. Установление сотрудничества с конвенциональными, конструктивными лидерами общественного мнения в социальных медиа, оказание им методической и организационной поддержки. 5. Методы взаимного увеличения пользовательской аудитории и характеристик ее пользовательской активности за счет взаимодействия с конвенциональными, конструктивными лидерами общественного мнения в социальных медиа. (8.1., 8.2., 8.3., 8.4., 8.6; 9.все)	Опрос, студентов по вопросам темы. Выступление с докладами. Научная дискуссия. Выполнение практических заданий

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 5.

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Лидеры общественного мнения в социальных сетях: понятие, признаки, типы.	Социальные медиа как пространство проявления лидерских качеств. Доверие в социальных медиа. Восприятие лидерских стилей в разных пользовательских сообществах.	Выполнение домашних заданий, разбор практических вопросов по теме занятия, работа с учебной и справочной литературой, подготовка докладов и презентаций
Методы изучения моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей.	Возможности программирования алгоритмов автоматической идентификации лидеров общественного мнения в цифровых социальных сетях. Готовое программное обеспечение для автоматической идентификации лидеров общественного мнения в цифровых социальных сетях.	Выполнение домашних заданий, разбор практических вопросов по теме занятия, работа с учебной и справочной литературой, подготовка докладов и презентаций.
Разработка стратегии управления социально-медийными группами.	Лидерские риски в управлении цифровыми сообществами социальных медиа и способы их преодоления.	Выполнение домашних заданий, разбор практических вопросов по теме занятия, работа с учебной и справочной литературой, подготовка докладов и презентаций
Технологии выявления и противодействия радикальным оппозиционным тоталитарным лидерам в социальных медиа.	Методы оценки степени рискогенности для социально-политической стабильности цифровых сообществ под управлением радикальных лидеров тоталитарного стиля управления.	Выполнение домашних заданий, разбор практических вопросов по теме занятия, работа с учебной и справочной литературой, подготовка докладов и презентаций.
Лидерские технологии в сопровождении информационных кампаний органов власти и	Коэффициенты расчета эффективности лидерства в процессе реализации информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий.	Выполнение домашних заданий, разбор практических вопросов по теме занятия, работа с учебной и справочной литературой, подготовка докладов и презентаций, презентация

электоральных кампаний политических партий.	.	результатов контрольной работы.
---	---	---------------------------------

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.

Примеры заданий контрольных работ

1. Разработать концепцию работы с лидерами общественного мнения в социальных медиа (цифровые медиа социально-политической тематики - по выбору).
2. Разработать календарный план взаимодействия с лидерами общественного мнения в социальных медиа (цифровые медиа социально-политической тематики - по выбору).
3. Создать концепцию работы с целевыми аудиториями органа государственной власти (тип, содержание информационной кампании и орган власти - по выбору).
4. Создать эмпирическую модель оценки стиля лидерства в социальных медиа.
5. Реализовать квалитетическое исследование в сфере анализа качества управления целевыми группами в электронных социальных сетях.
6. Разработать схему применения гибридного подхода к идентификации лидеров общественного мнения в социальных медиа.
7. Проанализировать практику лидеров общественного мнения в сфере проведения электоральной кампании в социальных медиа (политический актор – по выбору).
8. Проанализировать практику лидеров общественного мнения в сфере проведения информационной кампании органов государственной власти в социальных медиа (актор – по выбору).
9. Разработать эмпирическую модель оценки экономической эффективности практики лидеров общественного мнения в сфере проведения информационной кампании в социальных медиа (актор – по выбору).
10. Разработать эмпирическую модель оценки коммуникационной эффективности практики лидеров общественного мнения в сфере

проведения информационной кампании в социальных медиа (актор – по выбору).

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Кафедры.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Понятия лидерства и лидера.
2. Специфика лидерства в социальных сетях.
3. Категория «лидер общественного мнения».
4. Психологические и моральные признаки лидера.
5. Авторитет и лидерство.
6. Харизматическое лидерство в цифровых социальных сетях.
7. Формальное и неформальное лидерство в контексте лидерства в социальных медиа.
8. Ролевые модели лидера общественного мнения.
9. Конструктивные и деструктивные (конвенциональные и неконвенциональные) лидеры общественного мнения в социальных медиа.
10. Разновидности контент-анализа для определения стиля лидерства в социальных медиа: интент-анализ.

11. Разновидности контент-анализа для определения стиля лидерства в социальных медиа: дискурс-анализ.
12. Разновидности контент-анализа для определения стиля лидерства в социальных медиа: когнитивное картирование.
13. Анализ социальных графов в изучении моделей лидерства в цифровых сообществах социальных сетей.
14. Вершины и ребра социальных графов как структуры взаимодействия участников цифрового сообщества.
15. Кластеры социальных графов.
16. Понятие силы и плотности связей социально-медийной группы.
17. Макролидерская и микролидерская модели управления цифровой группой.
18. Идентификация макролидерской и микролидерской моделей с применением программного обеспечения для анализа социальных графов.
19. Горизонтальная и вертикальная структуры взаимодействия участников социально-медийных сообществ.
20. Этапы развития цифрового сообщества, групповая динамика онлайн-сети.
21. Привлечение внимания, удержание, активизация пользовательского резонанса.
22. Методы работы с целевой аудиторией.
23. Социально-медийный менеджмент в реализации онлайн-лидерства.
24. Принципы выбора модели и роли лидера общественного мнения. Специфика реализации различных моделей и ролей лидером общественного мнения.
25. Признаки тоталитарной модели радикального лидера в социальных медиа.

26. Использование повестки радикального тоталитарного лидера для создания альтернативных потоков конвенционального толка.

27. Определение направлений работы в процессе сопровождения информационных кампаний органов власти и электоральных кампаний политических партий.

28. Способы объединения команды информационной и электоральной кампании в цифровой среде.

29. Методы мотивации и побуждения к эффективной работе команды информационной и электоральной кампаний.

30. Установление сотрудничества с конвенциональными, конструктивными лидерами общественного мнения в социальных медиа, оказание им методической и организационной поддержки.

31. Методы взаимного увеличения пользовательской аудитории и характеристик ее пользовательской активности за счет взаимодействия с конвенциональными, конструктивными лидерами общественного мнения в социальных медиа.

Примеры оценочных средств для проверки каждого индикатора достижения компетенции, формируемой дисциплиной

Таблица 6.

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности	1. Измеряет коммуникационную и экономическую эффективность результатов коммуникационных активностей организации. 2. Определяет	1. Знать: критерии измерения коммуникационной и экономической эффективности результатов коммуникационных активностей организации	Задание 1. Рассчитать коммуникационную и экономическую эффективность результатов коммуникационных активностей организации (по выбору). Задание 2. Измерить организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения

учитывать эффекты и последствия, следуя принципам социальной ответственности (ПKN-10).	организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации.	Уметь: измерить коммуникационную и экономическую эффективность результатов коммуникационных активностей организации 2. Знать: организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации Уметь: оценить организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации	отношений со стейкхолдерами организации (по выбору).
Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг нелегального использования созданных результатов коммуникационной деятельности (ПКП-4).	1. Организует работу по оформлению прав на результаты коммуникационных активностей. 2. Координирует работу по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. 3. Осуществляет подготовку к внесудебной защите результатов коммуникации.	1. Знать: правила и процедуру оформления прав на результаты коммуникационных активностей. Уметь: применить на практике правила и процедуру оформления прав на результаты коммуникационных активностей. 2. Знать: принципы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-	Задание 1. Разработать дорожную карту оформления прав на результаты коммуникационных активностей организации (по выбору). Задание 2. Создать план координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта (по выбору). Задание 3. Разработать концептуальную схему подготовки информационно-когнитивной защиты результатов коммуникации организации (по выбору).

		объекта. Уметь: применить на практике принципы координации работы по мониторингу использования третьими лицами результатов коммуникации организации-объекта. 3. Знать: процедуру подготовки к внесудебной защите результатов коммуникации. Уметь: применить на практике процедуру подготовки к внесудебной защите результатов коммуникации.	
--	--	--	--

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебник для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567435> (дата обращения: 12.02.2025). — Текст : электронный.

Дополнительная литература

2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560298> (дата обращения: 12.02.2025). — Текст : электронный.

3. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17594-3. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560201> (дата обращения: 12.02.2025). — Текст : электронный.

4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561316> (дата обращения: 12.02.2025). — Текст : электронный.

5. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебник для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563547> (дата обращения: 12.02.2025). — Текст : электронный.

6. Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 406 с. - ISBN 978-5-394-05308-5. — ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082721> (дата обращения: 12.02.2025). - Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»: <http://eduvideo.online/>

- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» <https://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
- CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>
- CNKI. China Academic Journals Full-text Database <https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
- JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: <http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете утверждены приказом Финуниверситета от 11.05.2021 № 1040/0.

Контрольная работа является одной из форм аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов и может реализовываться как в письменном виде, так и с использованием информационных технологий и специализированных программных продуктов.

Контрольная работа отражает степень освоения студентами учебного материала конкретных разделов (тем) дисциплин и оформляется в форме выполнения упражнений, примеры которых представлены в разделе 6.2.

Цель выполнения контрольной работы – формирование учебно-исследовательских навыков, закрепление умений самостоятельно работать с различными источниками информации; проверка сформированности компетенций.

Содержание заданий контрольных работ должно охватывать основной материал соответствующих разделов (тем) дисциплин. Контрольные

задания разрабатываются по многовариантной системе. Варианты контрольных работ должны быть равноценны по объему и сложности.

Требования к выполнению контрольной работы:

четкость и последовательность изложения материала (решения) в соответствии с составленным планом;

наличие обобщений и выводов, сделанных на основе изучения информационных источников по данной теме;

предоставление в полном объеме решений имеющихся в задании практических задач;

использование современных способов поиска, обработки и анализа информации;

самостоятельность выполнения.

Объем контрольной работы составляет не более 6 страниц, не включая таблиц, графиков и т.п. (при наличии).

Оценка контрольных работ студентов проводится в процессе текущего контроля успеваемости студентов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения информационных справочных систем

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. WindowsMicrosoftOffice

2. Антивирус Kaspersky

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_160060/;

2. Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL: <http://www.garant.ru/iv/>;

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

не используются

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Обучающиеся могут при необходимости использовать возможности электронных библиотек и архивов:

б) электронные библиотеки:

- электронный каталог Российской государственной публичной научно-технической библиотеки;

библиографическая база данных, библиотечный каталог библиотеки Финансового университета.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, оборудованных мультимедийными комплексами, компьютерными классами с выходом в Интернет.