

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Факультет гуманитарных и социальных наук

Рекомендовано МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Формирование имиджа политика или политической организации в социальных сетях

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

41.03.04 Бакалавр политологии

1. Цели и задачи дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Имидж публичного политика» - дать студентам целостное представление о политической имиджелогии как системы научного знания. Осветить содержание, особенности и значение политического имиджа в динамике социального развития. Сформировать представления об основных категориях, понятиях, классификациях. Сформулировать основные закономерности и особенности формирования имиджа политического лидера, партии. А также сформировать позитивную мотивацию в освоении данного курса, научить студентов творчески мыслить, применять полученные теоретические знания и практические навыки в области политической имиджелогии. В соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта структура и содержание курса ориентированы на изучение инновационных технологий и их практическое применение.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Формирование имиджа политика или политической организации в социальных сетях» читается на 3 курсе в 1 семестре.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины «Формирование имиджа политика или политической организации в социальных сетях» в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
1	УК-2	Введение в политическую науку: теоретико-методологические основы политики.	Электронное правительство и электронная демократия
2	УК-4	Политический анализ и прогнозирование: методы моделирования политических процессов	Социальные сети: техники мониторинга
Общепрофессиональные компетенции			
1	ОПК-2	Политическая психология	Электронное правительство и электронная демократия
...			
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности)			
1	ПКО-8		
...			

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
УК-2; УК-4, ОПК-2, ОПК-3, ПКО -8

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- об особенностях политической имиджелогии как научно-прикладной системы знаний;
- теоретические основы имиджелогии;
- о значении политического имиджа в динамике социального развития;
- основные категории, понятия, классификации политического имиджа;

- о психологических характеристиках имиджа политического лидера;
- о механизме приема и передачи информации;
- о формировании мнения и оценочной установки;
- о закономерностях и особенностях формирования имиджа политического лидера и партии;
- о технологиях (оргтехнологиях и психотехнологиях) формирования имиджа политического лидера;
- о приемах и способах формирования и корректировки имиджа;

Уметь: - ориентироваться в современной политической ситуации в России и за рубежом;

- анализировать активно развивающееся направление политической имиджелогии
- политического лидерства (персонального и политической партии);
- анализировать и оценивать степень эффективности политических имиджевых коммуникаций;
- выявлять и формулировать алгоритмы создания политического имиджа (имиджа политика, имиджа политической партии);
- использовать технологии формирования и корректировки имиджа политического лидера;
- применять на практике основные приемы и способы политического имиджирования.

Владеть:

- способностью к планированию, организации и реализации политических проектов и (или) участию в них
- способностью участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
Аудиторные занятия (всего)	108				
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	36				
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	36				
<i>Семинары (С)</i>	36				
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
Самостоятельная работа (всего)	72				
Общая трудоемкость	108 час				
	3 зач. ед.				

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Теоретические основы политической имиджелогии	Место политической имиджелогии в системе современных наук. Предметное поле политической имиджелогии. Объект и предмет, цель и задачи

		политической имиджелогии. Особенности конструирования политического имиджа.
2.	Имидж публичного политика как объект изучения политической имиджелогии	Имидж: определение понятия. Многообразие определений термина «имидж». Основные подходы к определению термина «политический имидж» и их характеристики. Имидж как внешний вид. Имидж как психическое отражение качеств человека, иного объекта или явления. Имиджмейкинг - профессиональная деятельность по формированию имиджа. Политический имидж как теоретический и практический феномен современности. Психологические закономерности восприятия политического имиджа. Манипуляция сознанием в политическом имидже.
3.	Сущность имиджа публичного политика	Имидж публичного политика: определение понятия, сущность. Характерные признаки политического имиджа. Аттракция - конечная цель формирования положительного имиджа. Аудитория имиджа. Прототип имиджа: особенности, характеристика. Функции политического имиджа: коммуникативная, номинативная, эстетическая, адресная; характеристика функций, особенности. Структура имиджа политического лидера: персональные характеристики; социальные характеристики; мифо-символические характеристики. Виды политического имиджа.
4.	Основные закономерности формирования политического имиджа	Мотивационные закономерности и их связь с социальными факторами. Когнитивные закономерности. Коммуникативные закономерности. Социальные ценности как фактор формирования политического имиджа страны. Значение политического имиджа в динамике социального развития. Современная концепция имиджа политика.
5.	Технологии формирования имиджа политического лидера	Цель и задачи формирования имиджа. Имиджевые коммуникации. Стратегия формирования имиджа. Этапы формирования имиджа. Идеальный портрет политического лидера. Имиджевая легенда. Типажи политиков. Алгоритм формирования имиджа политика. Процесс формирования имиджа. Отбор и дифференциация составляющих имиджа.
6.	Продвижение и корректировка имиджа политического лидера.	Позиционирование как этап формирования имиджа. Типы позиционирования. Коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа. Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения мифо-символических качеств.
7.	Технологии восстановления политического имиджа	Пути оптимизации и технологии защиты политического имиджа. Притивостояние дискредитационным технологиям и мероприятия по восстановлению имиджа.
8.	Значение политического имиджа для	Значение эффективного имиджа для функционирования субъекта политики. Роль

	политической практики	политического имиджа в развитии политического лидерства. Медиастратегии в политической кампании..
9.	Особенности выстраивание имиджа в Интернете	Место PR-воздействия в эффективных политических имиджевых коммуникациях. Влияние рекламы на формирование политических имиджей. Значение политической имиджологии для эффективности политической деятельности. Перфоманс как элемент политического имиджирования. Технологии формирования имиджа политика в избирательной кампании. Имидж конкурента. Дискредитационные технологии.
10.	Спиндокторинг как форма влияния на политический имидж	Понятие спиндокторинга. Комплекс превентивных мер. Технологии противодействия «партизанской атаке». Методы отражения «фронтальной атаки». Управление восприятием информации в кризисных ситуациях. Алгоритм антикризисных мероприятий.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Теоретические основы политической имиджологии	2	2		2	6	12
2.	Имидж публичного политика как объект изучения политической имиджологии	4	2		4	6	14
3	Сущность имиджа публичного политика	2	2		2		6
4	Основные закономерности формирования политического имиджа	2	2		2		6
5	Технологии формирования имиджа политического лидера	2	2		2	6	12
6	Продвижение и корректировка имиджа политического лидера.	2	2		2	6	12
7	Технологии восстановления политического имиджа	2	2		2		6
8	Значение политического имиджа для политической практики	2	2		2	6	12
9	Особенности выстраивание имиджа в Интернете	2	2		2	6	12
10	Спиндокторинг как форма влияния на политический имидж	4	2		4	6	16

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Теоретические основы политической имиджологии	1) Объект и предмет, 2) Основные цель и задачи политической имиджологии.	

		3) Каковы особенности конструирования политического имиджа.	
2.	Имидж публичного политика как объект изучения политической имиджелогии	<ol style="list-style-type: none"> 1) Имидж и мнение: соотношение понятий. 2) Динамика представлений о политическом имидже. 3) Виды субъектов политического имиджа. Основные черты, характеристика. 4) Основные факторы формирования политического имиджа в России. 	
3.	Сущность имиджа публичного политика	<ol style="list-style-type: none"> 1) Основные подходы к определению имиджа политика, характеристики. Определение понятия. 2) Виды политического имиджа. 3) Функции политического имиджа. 4) Структура имиджа политика. 5) Особенности формирования имиджа политического лидера. 6) Имиджмейкинг – профессиональная деятельность по формированию имиджа. Цели, задачи. 	
4.	Основные закономерности формирования политического имиджа	<ol style="list-style-type: none"> 1) Имиджевые стратегии и имиджевые технологии формирования имиджа политического лидера. 2) Сущность, характеристика. 3) Особенности формирования имиджа политического лидера 4) Информационные технологии как фактор эффективного функционирования политического имиджа. 	
5.	Технологии формирования имиджа политического лидера	<ol style="list-style-type: none"> 1) Основные этапы конструирования политического имиджа. 2) Психологические технологии формирования политического имиджа. 3) Роль харизматичности личности политика в формировании имиджа. 4) Политическая программа кандидата и ее составляющие. 5) Основные инструменты формирования имиджа политического лидера. 6) Роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании политического имиджа 	
6.	Продвижение и коррективировка имиджа политического лидера.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Позиционирование как этап формирования имиджа. 2) Коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа. 3) Технологии продвижения персональных характеристик политика. 4) Технологии продвижения социальных качеств политика. 5) Технологии продвижения мифо-символических качеств. 	

		6) Дискредитационные технологии. Снижение имиджа конкурента.	
7.	Технологии восстановления политического имиджа	1) Технологии противодействия «партизанской атаке». Этапы. 2) Программа антикризисного управления. Превентивные меры.	
8.	Значение политического имиджа для политической практики	1) Роль политического имиджа в развитии политического лидерства. 2) Какие основные медиастратегии в политической кампании вы знаете?	
9.	Особенности выстраивание имиджа в Интернете	1) Снижение имиджа конкурента – «партизанская атака», «фронтальная атака». 2) Сущность, содержание. Управление содержанием сообщения. 3) Каких успешных политиков вы знаете в Интернете? 4) Какими инструментами они пользуются?	
10.	Спиндокторинг как форма влияния на политический имидж	1) Реакция на возникшую кризисную ситуацию. Алгоритм антикризисных мероприятий. 2) Управление восприятием информации в кризисных ситуациях (спинконтроль). 3) Отражение «фронтальной атаки» в публичном столкновении.	

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Мультимедийная аудитория с доступом к сети Интернет, оснащенная компьютером и проектором или ЖК телевизором с USB портом

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение
Операционная система: Windows Vista, XP.
Microsoft Office.

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- 1) Научно-практический журнал «Корпоративная имиджеология». URL: <http://www.ci-journal.ru>
- 2) Портал «Имиджеология.py». URL: <http://imageology.ru>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

А) Обязательная:

- 1) Селентьева Д.О. «Политическая имиджеология» Учеб.пособие для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019.-164 с.
- 2) Семенова Л.М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2019 -141с.

Б) дополнительная:

- 1) Вылегжанин, Д.А. Введение в политическую имиджеологию [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Электрон. дан. - М. : ФЛИНТА, 2014. - 136 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=51790
- 2) Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М., 2005. 552 с

- 3) Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама : учеб. пособие. - М. : Аспект Пресс, 2005. – 316
- 4) Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама : учеб. пособие. - М. : Аспект Пресс, 2005. – 316
- 5) Демидова Е. Н. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЯВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРСТВА НА ПРИМЕРЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ЛИЧНОСТИ // Управленческое консультирование. 2020. №4 (136).
- 6) Ильиных Е.М. Структура политического имиджа кандидата // Достижения науки и образования. 2019. №9-1 (50).
- 7) Неклюдова Е. А. НЕВЕРБАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПОЛИТИКА // Вестник Череповецкого государственного университета. 2020. №1 (94). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neverbalnaya-sostavlyayuschaya-imidzha-sovremennogo-regionalnogo-politika>.
- 8) Политическая имиджелогия: учебное пособие \ под ред. А.А. Дергача, Е.Б. Перелыгиной. М.: Аспект-Пресс, 2006. 398 с.
- 9) Рожков И., Кисмерешкин Я. Бренды и имиджи. М: РИП-Холдинг, 2006. 256 с.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

11.1 Рекомендации по написанию реферата

Работа может быть выполнена в печатном варианте. Объём – не менее 12 листов Работа над рефератом включает следующие этапы:

1. Выбор темы реферата. Из предложенного списка или самостоятельно, но в любом случае согласуется с преподавателем.

2. Подбор научной, учебной литературы. Перечень основной литературы к каждой теме курса представлен в данном пособии. Однако он может оказаться недостаточным. Подобрать дополнительную литературу студент может с помощью библиографических каталогов в научной библиотеке, либо в интернете.

3. Изучение подобранной литературы. Изучение литературы следует проводить в следующей последовательности: прочитать оглавление, ознакомиться с предисловием (введением) и заключением. В оглавлении следует отметить разделы и параграфы, материал которых представляет наибольший интерес для раскрытия темы. В предисловии студент, как правило, может найти для себя ответы на вопросы: в чем актуальность темы исследования, каковы основные проблемы и границы исследования. Изучение литературы предполагает конспектирование основных положений текста. Форма конспектирования может быть разнообразной: развернутый или краткий конспект, простой или развернутый план, тезисы, подбор цитат. Итогом этой работы должна стать логически выстроенная система сведений по существу исследуемого вопроса.

4. Составление плана реферата. На основе собранных материалов определяют структуру, содержание и объём реферата. Структура реферата, как правило, включает введение, основную часть и заключение. План записывается в форме вопросов к тексту, каждому информативному центру текста соответствует один вопрос. Во введении следует обосновать актуальность рассматриваемой темы, ее теоретическое и практическое значение, указать объект и предмет исследования, его цель и перечень задач, решение которых предполагается для достижения указанной цели. Введение рекомендуется писать в последнюю очередь. Основная часть посвящена раскрытию, детализации, доказательству основных положений работы. Вначале дается информация обзорного характера, затем - новая информация. Приводятся и объясняются сведения о результатах исследования. В заключении излагаются основные результаты исследования, оценки и рекомендации теоретического и практического характера, краткая формулировка главных выводов.

5. Изложение содержания работы и ее оформление. Это завершающий этап исследования. Оправданной является методика написания работы, когда студент в начале готовит ее черновой вариант, не заботясь о тщательной стилистической обработке текста.

Затем текст внимательно перечитывается, анализируется, редактируется, в него вносятся необходимые изменения, коррективы, дополнения. В библиографии приводится перечень источников, изучение которых повлияло на формирование авторской позиции по исследуемой проблематике.

При использовании в работе опубликованных материалов обязательна отсылка к их источнику. Сноски на использованную литературу необходимо располагать внизу страницы. Особого внимания требует оформление научного аппарата. Он должен соответствовать государственному стандарту: имя автора или издателя, сначала фамилия, затем инициалы; название произведения пишется нормальным шрифтом, без кавычек, сначала название части издания (статьи, главы), затем через «//» – название всего издания; через точку и тире – место издания; через двоеточие – название издательства; через запятую – год издания, в журнале – только номер и год выпуска; через точку или точку и тире – номера использованных страниц (если использовалась не вся книга). Через точку или точку и тире – полное количество страниц в источнике (если использовалась вся книга);

Реферат представляется в отпечатанном виде на листах А4, при печати необходимо соблюдать условия: поля: верх и низ – 2,5 см., левое поле – 3 см., правое – 1,5 см.; основной шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал 1,5; текст форматируется по ширине, абзац 1,25 см., с переносами; 57 постраничные сноски Times New Roman, кегль 12, интервал 1,0; текст форматируется по ширине, абзац 1,25 см., с переносами; нумерация страниц сверху по центру; на первом листе (титульный лист) номер не ставится, но в общее количество страниц он включается. Объем работы, как правило, должен быть не более 15 страниц машинописного текста (объем приложения, если он есть, не учитывается). Выгодно выделяют работу красочные графики и статистические материалы. Правило оформления титульного листа можно уточнить на странице преподавателя на учебном портале РУДН: <http://web-local.rudn.ru/web-local/prep/rj/index.php?id=1297>

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1.1. Примерная тематика докладов

1. Охарактеризуйте политическую имиджелогию как научно-прикладную систему знаний.
2. Перечислите области знания, изучающие различные аспекты формирования и функционирования имиджа.
3. Расскажите об основных этапах становления теории политического имиджа.
4. Назовите известные вам подходы к определению имиджа, дайте им характеристику.
5. Каково место категории «политический имидж» в современном научном и практическом дискурсе?
6. Что вы сами вкладываете в понятие «имидж»?
7. Каковы компоненты (составляющие) имиджа? Раскройте их содержание.
8. Каковы функции имиджа, их теоретическое и практическое значение?
9. Объясните понятие «имиджформирующая информация».
10. Перечислите психологические механизмы восприятия имиджа.
11. Каковы основные принципы построения имиджа?
12. Охарактеризуйте категорию «имиджмейкинг», исходя из известных вам подходов к ее

объяснению в специальной литературе.

13. Что вы вкладываете в понятие «инструментарий имиджирования»?
14. Опишите наиболее распространенные инструменты формирования имиджа.
15. Какова роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании имиджа публичного политика?
16. Какие способы оценки эффективности имиджевого воздействия вам известны?
17. Раскройте сущность и содержание понятия «имидж политического лидера».
18. Перечислите основные этапы формирования имиджа политика, дайте им характеристику.
19. Изобразите графически модель имиджа политика.
20. Какие типы лидерства характерны для политических деятелей на современном этапе? 20.
Из каких компонентов складывается имидж политического лидера?
21. В чем состоит проблематика создания имиджа в политике?
22. Перечислите основные технологии и инструменты по снижению имиджа конкурентов.
Охарактеризуйте их, дайте оценку.
23. Какова роль харизматичности личности политика в продвижении имиджа?
24. Сформулируйте алгоритм антикризисных мероприятий. перечислите этапы.

Критерии оценки реферата

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

5 баллов - выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

4 балла – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы даны неполные ответы.

3 балла – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.

2 балла – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

1 балл – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, *полностью списано с источника (с указанием или без указания источника)*

0 баллов - реферат не представлен.

Экзамен

Вопросы к экзамену по окончании курса:

1. Основные подходы к определению имиджа политика, характеристики. Определение понятия.
2. Виды политического имиджа.
3. Функции политического имиджа.
4. Особенности формирования имиджа политического лидера.
5. Имиджмейкинг – профессиональная деятельность по формированию имиджа. Цели, задачи.
6. Природа политического имиджа.
7. Теоретическая и практическая обусловленность возникновения политической имиджелогии.
9. Методы исследования политического имиджа.
10. Позиционирование как этап формирования имиджа. Типы позиционирования.
11. Перформанс как элемент политического имиджирования.
12. Коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа.
13. Модель имиджа политического лидера.
14. Тип лидерства политика. Понятие архетипа. Характеристика архетипов.
15. Алгоритм формирования имиджа политического лидера.
16. Технологии продвижения персональных характеристик политика;
17. Технологии продвижения социальных качеств политика;
18. Технологии продвижения мифо-символических качеств политика.
19. Роль харизматичности личности политика в продвижении имиджа.
20. Управление содержанием сообщений. Методы и приемы.
21. Технологии, направленные на снижение имиджа конкурента.
22. «Партизанская атака»: сущность, содержание.
23. Определение понятия «Фронтальная атака». Сущность, содержание.
24. Основные методы «фронтальной атаки».
25. Программа антикризисного управления. Превентивные меры.
26. Технологии противодействия «партизанской атаке». Этапы.
27. Реакция на кризисную ситуацию. Алгоритм антикризисных мероприятий.
28. Управление восприятием информации в кризисных ситуациях (спинконтроль).
29. Отражение «фронтальной атаки» в публичном столкновении.
30. Роль средств массовой информации и лидеров мнения в формировании имиджа политического лидера.
31. Имидж политического лидера: сущность, структура, имиджевые характеристики.
32. Основные этапы формирования имиджа политика, их характеристика
33. Технология моделирования имиджа политика. Базовые черты политического лидера.
34. Пути оптимизации имиджа политика. Продвижение и корректировка имиджа.
35. Основные инструменты имиджирования.

Критерии оценки знаний

Прием экзамена в процессе освоения дисциплины осуществляется в устной (письменной) форме.

Критерии оценки знаний на экзамене:

- *отлично (40 баллов): глубокое, логичное раскрытие вопроса;*
- *хорошо (30 баллов): достаточно глубокое, логичное раскрытие вопроса, но с некоторыми недочетами;*
- *удовлетворительно (20 баллов): недостаточное раскрытие содержания вопроса, слабое знание отдельных элементов, аспектов;*
- *неудовлетворительно (0 - меньше 20 баллов): незнание вопроса, отказ отвечать.*

Критерии оценки:

Таблица соответствия баллов и оценок

Программа
в

№ п.п.	Наименование показателя	Количество баллов за единицу оценки	Количество оцениваемых единиц	Максимальное количество набранных баллов
1	Посещение занятий	1	18	18
2	Выступление на семинарах с докладами	5	2	10
3	Работа на семинарах (работа в бригадах, творческие работы и т.д.)	3	9	27
4	Этика поведения	5	1	5
5	Рубежная аттестация	15	1	15
6	Итоговая аттестация	25	1	25
Всего:				100

составлена

соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

Разработчик:

доцент
кафедры политического анализа
и управления

подпись

Иванова Е.А.

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой
политического анализа
и управления

название кафедры

подпись

Платонов В.М.

инициалы, фамилия