

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алена Григорьевна  
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54  
Уникальный программный ключ:  
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор Высшей школы  
креативных индустрий  
Садыкова Алена Григорьевна

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Политическая реклама**

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественно-стью
Направленность (профиль)	Реклама в системе маркетинговых комму-никаций
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	5

**Разработано:**  
Доцент департамента медиакоммуни-каций высшей школы креативных ин-дустрий, кандидат филологических наук Двоенко О.А.

### 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Политическая реклама» является получение будущими бакалаврами по направлению «Реклама и связи с общественностью» теоретических знаний, приобретение практических навыков, изучение основополагающих подходов, теории, моделей современной коммуникативистики.

Задачи обучения по дисциплине:

- изучение инструментов PR;
- изучение внутренних и внешних коммуникации в организации и способов управления ими; изучение формирования корпоративного имиджа для внешнего канала;
- ознакомление методами эффективного применения элементов корпоративной культуры;
- изучение профилактики конфликтов и негативных слухов; технологии борьбы с негативом;
- особенности создания пула журналистов.

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

Дисциплина «Политическая реклама» относится к дисциплинам по выбору.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта	Применяет основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации социальной рекламной кампании
	ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта	Использует основные маркетинговые инструменты при производстве социальной и государственной рекламы.
	ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта	Использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
ПК-11. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного	ИД-1 ПК-11.Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла

проекта по рекламе и связям с общественностью.	ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Применяет соответствующие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта в сфере социальной рекламы
	ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств	Умеет создавать рекламный продукт с помощью программно-технических платформ и программных средств.
ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения во время работы над коммуникационными проектами и специальными мероприятиями
	ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Умеет планировать мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии в сфере социальной рекламы
	ИД-3 ПК-12 Владеет тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках социально-значимого проекта на всех этапах его жизненного цикла
ПК-17. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.	ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций	Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий
	ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Умеет выбирать и использовать инструменты внутренних коммуникаций в процессе формирования корпоративной культуры организации
	ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации	Формирует корпоративную культуру организации с помощью социально-значимых проектов

#### 4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
<b>Контактная работа:</b>	
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/4
<b>Самостоятельная работа</b>	72
<b>Формы контроля</b>	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	нет

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				Формы текущего контроля
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	<p><b>Политическая реклама и ее место в политической сфере общества</b></p> <p>1. Понятие политической рекламы.</p> <p>2. История политической рекламы.</p> <p>3. Виды и классификация политической рекламы.</p> <p>4. Роль и значение политической рекламы в современном обще-</p>	<p>ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2	-	8	Собеседование

	стве.						
2	<p><b>Технологические требования к созданию политической рекламы</b></p> <p>1. Целеполагание в политической рекламе.</p> <p>2. Выявление системы мотиваций в целевой аудитории.</p> <p>3. Разработка стратегии рекламной кампании (избирательной кампании).</p> <p>4. Проведение экспертизы рекламных носителей и символов, используемых в рекламе.</p>	<p>ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2/2	-	8	Собеседование
3	<p><b>Структура политического образа и политическая реклама</b></p> <p>1. Образ-знание, образ-значение, образ будущего и образ-прогноз.</p> <p>2. Образы, установки и стереотипы в политической рекламе.</p> <p>3. Механизмы формирования ошибочных образов при восприятии политической рекламы.</p> <p>4. Имиджевая стратегия кандидата во время избирательной кампании.</p> <p>5. Этапы разработки имиджа.</p>	<p>ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2	-	8	Собеседование
4	<p><b>Имидж партии, факторы его формирования и технологии его продвижения</b></p> <p>1. Партийные бренды в России.</p> <p>2. Технологии продвижения партийного бренда.</p> <p>3. Символика полити-</p>	<p>ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17</p>	2	2	-	8	Собеседование

	<p>ческих партий, используемая в политической рекламе.</p> <p>4. Мифология и использование силы архетипов.</p>	<p>ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>					
5	<p><b>СМИ как каналы рекламной политической коммуникации</b></p> <p>1. Официальные и неофициальные каналы политической коммуникации.</p> <p>2. Федеральные, региональные, локальные.</p> <p>3. Роль СМИ в создании конкурентной политической среды.</p> <p>4. Печатная издания, радиостанции, телевидение.</p> <p>5. Интерактивные методы общения с аудиторией.</p>	<p>ОПК-2, ПК-5ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2	-	8	Собеседование
6	<p><b>Политическая реклама в Интернет</b></p> <p>1. Ресурсы интернета в политической рекламе.</p> <p>2. Использование в рекламной кампании официальных веб-сайтов Президента, правительства, ГД.</p> <p>3. Интернет и выборы.</p> <p>4. Кодекс рекламиста (ограничения).</p>	<p>ОПК-2, ПК-5ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2	-	8	Собеседование
7	<p><b>Манипуляции в политической рекламе</b></p> <p>1. Манипуляции как средство влияния на индивида и группу.</p> <p>2. Негативная политическая реклама и</p>	<p>ОПК-2, ПК-5ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11</p>	1. 5	2	-	8	Собеседование

	<p>структура нарратива в негативной рекламе.</p> <p>3. Особые приемы и психодизайна в негативной политической рекламе.</p> <p>4. Технологии “черного PR”.</p> <p>5. Пропаганда как форма манипуляции общественным сознанием.</p>	<p>ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>					
8	<p><b>Правовые механизмы противодействия манипуляциям в политической рекламе</b></p> <p>1. Правовые основы политической рекламы.</p> <p>2. Технологии подкупа избирателей и борьба с ними.</p> <p>3. Практики отмены регистрации кандидатов и снятия кандидатов с выборов судебными и иными уполномоченными органами.</p> <p>4. Политические, социальные, демографические и иные характеристики аудитории как фильтры восприятия рекламы.</p>	<p>ОПК-2, ПК-5ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2	-	8	Собеседование
9	<p><b>Аудитория СМИ как целевая аудитория политической рекламы</b></p> <p>1. Аудитория и неаудитория, целевая аудитория.</p> <p>2. Механизмы взаимодействия «Рекламода-тель – рекламоизготовитель – СМИ –рекламопотребитель».</p> <p>3. Исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением ауди-</p>	<p>ОПК-2, ПК-5ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17</p>	2	2/2	-	8	Собеседование

	тории СМК. 4. Российские профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии						
	<b>ИТОГО за 5 семестр</b>		<b>18</b>	<b>18/4</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	
	<b>ИТОГО</b>		<b>18</b>	<b>18/4</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	

## **6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Политическая реклама» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

## **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

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

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754
2. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01429-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>

3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

### 8.1.2 Перечень дополнительной литературы

1. Реклама: технологии воздействия / под общ. ред. Е. Н. Ежовой ; М-во образования и науки. Рос. Федерации, ГОУ ВПО «Ставроп. гос. ун-т». – Ставрополь : Изд-во СГУ, 2010.

– 327 с. – Библиогр.: с. 305-325. – ISBN 978-5-88648-737-4

2. Гринберг, Т. Э. Политические технологии : ПР и реклама : учеб. пособие для вузов / Т.Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 279, [1] с. – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр.: с. 277-278. – ISBN 978-5-7567-0639-0

### 9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - P7-Офис

### 10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер

	SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к .20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

## **11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

## **12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения**

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.