

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Психология воздействия на целевые аудитории»


(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности/ специализации	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очно-заочная
Год приема	2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.ю.н.
(должность, уч. степень, звание)

 09.02.2026
(подпись, дата)


Е.Ю. Липская
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший
преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Психология воздействия на целевые аудитории» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-7 «Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с методиками манипулирования, связанных с внедрением в сознание под видом объективной информации неявного, но желательного для определенных групп, личностей и организаций содержания.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины – формирование у студентов компетентности и профессионализма в изучении природы влияния, манипуляции и методов противодействия.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.3.1 знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.У.1 уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом ОПК-7.В.1 владеть навыком использования принципов социальной ответственности при разработке и реализации медиа продукта

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Социология»;
- «Социальная психология»;
- «Конфликтология»;
- «Психология массовых коммуникаций».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Технологии управления общественным мнением».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108

Из них часов практической подготовки		
Аудиторные занятия , всего час.	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа , всего (час)	57	57
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Зачет,	Зачет,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Тема 1. Функции специалиста по связям с общественностью. Методы их осуществления	0,5	0,5	-	-	12
Тема 2. Возможности применения психотехнологий для повышения эффективности работы PR-специалиста	0,5	0,5	-	-	12
Тема 3. Определение понятия «психотехнология».	0,5	0,5	-	-	12
Тема 4. Целеполагание как психотехнология в PR-деятельности	0,5	0,5	-	-	12
Тема 5. Психотехнологии влияния в PR коммуникациях	1	1	-	-	12
Тема 6. Создание эффективных медиа-сообщений	1	1	-	-	12
Тема 7. Психотехнологии работы со СМИ.	1	1	-	-	12
Тема 8. Психотехнологии в кризисных ситуациях в PR-деятельности	1	1	-	-	12
Итого в семестре:	6	6	-	-	96
Итого	6	6	0	0	96

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Тема 1. Функции специалиста по связям с общественностью. Методы их осуществления. Определение публич рилейшнз. Цели и задачи публич рилейшнз, функции. Планирование. Работа с имиджем организации,

	<p>формирование корпоративной культуры. Спонсоринг и фанд-рейзинг. Работа с текстами. Организация пресс-конференций. Организация презентаций. Организация других информационных мероприятий. Составление медиа-карты, мониторинг СМИ. Исследования, изучение общественного мнения. Управление кризисными ситуациями.</p>
1	<p>Тема 2. Возможности применения психотехнологий для повышения эффективности работы PR-специалиста. Применение психотехнологий в PR: этический аспект. Психотехнологии как инструмент профессионального коммуникатора. эффективной коммуникации. Особенности человеческого восприятия. Процесс общения: повышение эффективности.</p>
1	<p>Тема 3. Определение понятия «психотехнология». Понятия «психотехнология» и «психотехника». Принципы и методы формирования поведения человека посредством психических воздействий. Экспертиза психотехнологий. Психотехнологии эффективной коммуникации и взаимодействия субъектов коммуникативного процесса. Коммуникативные психотехнологии в PR-деятельности.</p>
1	<p>Тема 4. Целеполагание как психотехнология в PR-деятельности. Четырехзвенная циклическая модель успешной деятельности. Технология постановки целей. Иерархия целей. Модель жизненной стратегии. Определение правильности поставленной цели. Исследование необходимых ресурсов для достижения цели. Адекватность оценки сложности достижения результата. Позитивное целеполагание. Использование визуализации как психотехнологии в PR-деятельности.</p>
1	<p>Тема 5. Психотехнологии влияния в PR коммуникациях. Использование стереотипизации мышления. Развитие критичности мышления. Работа с субмодальностями человека. Принцип уподобления. Психотехнологии установления контакта. Психотехнологии ведения беседы. Активное слушание. Психотехнологии снятия напряжения. Похвала и комплименты. Психотехнологии работы с сопротивлением. Техника отвлечения – дымовой завесы. Техника дефрагментации – «белого шума». Создание – однородных комментариев. Создание противоречивых мнений без фактов и анализа. Оснащение фактов сложными теоретическими выкладками. Техника сотворения (прием подтасовки фактов). Техника превращения – «конвертация взглядов». Прием «имаго», эффект «нога в дверях». Техника «объективного подхода» (прием «самосбывающегося пророчества»). Техника сопоставления – «исторических аналогий» (прием «ничто не ново под луной»). Техника апеллирования – «адресации к социуму» (эффект «социального доказательства», прием «народ против»). Техника обесценивания (прием «ворота в дегте»). Техника анонимного информирования (прием «человек, похожий на...»). Техника использования слухов (прием «как нам стало известно»). Техника дезинформирования (прием «кто бы мог подумать, но...»). Техника манипулирования (прием «как корабль назовешь, так Речевые стратегии).</p>
1	<p>Тема 6. Создание эффективных медиа-сообщений. Почему «нейтральная» заметка в газете или сюжет по телевидению воспринимаются с большим</p>

	<p>доверием, чем самая изощренная реклама. Методы «фильтрации идей» с помощью СМИ. Способы форматирования реальных событий. Теория «настройки на нужную волну». Психологические техники создания «правильных» зрительных и звуковых образов. Каким должен быть информационный повод, какое событие может стать информационным поводом. Как сделать из рядового события то, что заинтересует редакторов. Адресат – кому направлять пресс-релиз. Технология подготовки текста. Правила общения с «акулами пера». Технологии подготовки к интервью. Правила поведения во время интервью.</p>
1	<p>Тема 7. Психотехнологии работы со СМИ. Принципы убеждающего воздействия. Психотехнологии внушения. Понятие внушения. История изучения внушающего воздействия. Виды внушения. Формы реакции аудитории на внушение. Психотехнологии пропаганды. Понятие пропаганды. Виды пропаганды. Психотехнология создания пропагандистского сообщения. Психотехнология создания образа врага. Психологические приемы создания образа врага. Концепция создания образа врага Р. Уайта. Психотехнология «промывания мозгов». Понятие «промывание мозгов». Приемы «промывания мозгов» в СМИ. Псевдологика (логический обман), Психофизиологические приемы телерекламы, снижающие критичность восприятия. Психологические эффекты в СМИ. Эффект стереотипизации. Эффект ореола. Эффект бумеранга. Эффект края. Эффект первичности.</p>
1	<p>Тема 8. Психотехнологии в кризисных ситуациях в PR-деятельности. Типы проблемных ситуаций. Системные принципы решения кризисных проблем: принцип целостности; принцип развития; обратной связи (коммуникативности); принцип структурности; принцип толерантности. Методы системного анализа кризисной ситуации: системный анализ, системный синтез, моделирование. Проблемные ситуации межличностного взаимодействия. Стресс, фрустрация, конфликт и кризис как основные виды проблемных ситуаций. Ситуационные факторы. Психология принятия решения в PR-деятельности. Процесс принятия решения как психологическая проблема. Алгоритм принятия решения. Психотехнологии работы с защитным поведением партнеров (сотрудников) в кризисных ситуациях. Работа с коммуникативными барьерами. Психотехнологии формирования конструктивного решения проблемных ситуаций. Психотехнологии повышения психологической устойчивости к восприятию кризисных ситуаций в PR-деятельности. Способы коррекции и профилактики стрессовых состояний.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7					
1	Составление медиа-карты,	Проводится в форме практического	0,5	-	1

	мониторинг СМИ. Исследования, изучение общественного мнения.	занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам.			
2	Процесс общения: повышение эффективности.	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	0,5	-	1
3	Определение правильности поставленной цели. Исследование необходимых ресурсов для достижения цели.	Проводится как практическое занятие.	0,5	-	1
4	Психотехнологии влияния в PR коммуникациях.	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	0,5	-	1
5	Управление массовым стихийным поведением.	Проводится в форме семинара – пресс-конференции. Заслушивание докладов.	1	-	1
6	Технология подготовки текста. Технологии подготовки к интервью.	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	1	-	1
7	Психотехнологии пропаганды.	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	1	-	1
8	Психотехнологии работы с защитным поведением партнеров (сотрудников) в кризисных ситуациях.	Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам.	1	-	1
Всего			6	-	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы
Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся
Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	34	34
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	8	8
Домашнее задание (ДЗ)	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	15	15
Всего:	57	57

5. Перечень учебно-методического обеспечения
для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
В доступе: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960	1. Психология рекламы: Учебное пособие/Мокшанцев Р. И., Науч. ред. Удальцова М. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. - 232 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Обложка) ISBN 978-5-16- 004777-5, 500 экз.	

В доступе: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872262	2. Паблик рилейшнз: принципы и практика / Китчен Ф.Д. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с.: ISBN 5-238-00603-9	
В доступе: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390280	3. Аминов, И. И. Психология делового общения [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов / И. И. Аминов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 287 с. - ISBN 978-5-238-01098-4.	
В доступе: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=881717	4. Паблик рилейшнз / Джефкинс Ф., Ядин Д., Еремина Б.Л. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 416 с.: ISBN 5-238-00567-9	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://lms.guap.ru/new/	Электронная информационно-образовательная среда LMS ГУАП
https://pro.guap.ru/	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/) разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2.	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3.	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4.	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1.	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3.	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4.	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5.	образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
7.	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП
8.	Федеральный портал «Российское образование» (https://ro-edu.ru/), свободный доступ
9.	Реферативная база данных рецензируемой научной литературы Scopus (https://www.scopus.com/), доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1.	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2.	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Понятие кризисной ситуации в PR-деятельности.	ОПК-7.3.1
2.	Типы кризисных ситуаций.	ОПК-7.У.1
3.	Методы системного анализа кризисной ситуации.	ОПК-7.В.1
4.	Определение термина "Психотехнология". Интегративная модель психотехнологий.	ОПК-7.3.1
5.	Использование когнитивно-поведенческих психотехнологий в PR-деятельности.	ОПК-7.У.1
6.	Определение ведущих модальностей коммуникатора.	ОПК-7.В.1
7.	Психотехнологии выхода из проблемной ситуации.	ОПК-7.3.1
8.	Психотехнологии процесса принятия решения.	ОПК-7.У.1
9.	Психотехнологии преодоления коммуникативных барьеров.	ОПК-7.В.1
10.	Психотехнологии установления контакта с группой и отдельным собеседником.	ОПК-7.3.1
11.	Психотехнологии повышения готовности к межличностному взаимодействию.	ОПК-7.У.1
12.	Психотехнологии повышения психологической устойчивости к кризисным ситуациям	ОПК-7.В.1
13.	Психотехнологии на политическом рынке.	ОПК-7.3.1
14.	Развитие консультационных услуг по созданию имиджа политических лидеров.	ОПК-7.У.1
15.	Использование современных психотехнологий в качестве механизма регулирования политических конфликтов.	ОПК-7.В.1
16.	Психотехнологии, используемые в оптимизации организации.	ОПК-7.3.1
17.	Психотехнологии формирования команды: этапы, структуры методы, функционирование.	ОПК-7.У.1
18.	Психотехнологии проведения встреч с избирателями.	ОПК-7.В.1
19.	Использование психотехнологий в рекламе.	ОПК-7.3.1
20.	Коммуникативная эффективность PR- и рекламных кампаний.	ОПК-7.У.1
21.	Психотехнологии работы со СМИ.	ОПК-7.В.1
22.	Психотехнологии регулирования социально-психологических процессов в организации.	ОПК-7.3.1
23.	Роль психотехнологий в формировании массового сознания.	ОПК-7.У.1
24.	Особенности вербальных психотехнологий.	ОПК-7.В.1
25.	Особенности невербальных психотехнологий.	ОПК-7.3.1
26.	Основные уровни коммуникации: массовая, деловая (специализированная) и личностная.	ОПК-7.У.1
27.	Коммуникации внутри организации.	ОПК-7.В.1
28.	Межличностная коммуникация. Чувства и эмоции как коммуникативные действия личности.	ОПК-7.3.1
29.	Понятие и виды коммуникативных барьеров. Условия их преодоления.	ОПК-7.У.1
30.	Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.	ОПК-7.В.1
31.	Уровни межличностного и внутригруппового общения в организации.	ОПК-7.3.1
32.	Формы и средства внутриорганизационной коммуникации.	ОПК-7.У.1
33.	Психотехнологии убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания.	ОПК-7.В.1

34.	Убеждение как способ коммуникативного воздействия на аудиторию.	ОПК-7.3.1
35.	Внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.	ОПК-7.У.1
36.	Ритуальная и манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.	ОПК-7.В.1
37.	Психотехнологии взаимодействия организации с целевыми аудиториями внешней среды.	ОПК-7.3.1
38.	Специфика публичных коммуникаций в государственных учреждениях.	ОПК-7.У.1
39.	Технологии внутриорганизационной коммуникации.	ОПК-7.В.1
40.	Управление новостями в социальной коммуникации.	ОПК-7.3.1
41.	Символы и мифы публичной коммуникации.	ОПК-7.У.1
42.	Пропаганда как вид социальной коммуникации.	ОПК-7.В.1
43.	Переговорный процесс как вид межличностной и межгрупповой коммуникации.	ОПК-7.3.1
44.	Психотехнологии в диалоге и монологе, дискуссии и диспуте.	ОПК-7.У.1
45.	Психотехнологии работы со слухами.	ОПК-7.В.1
46.	Влияние психотехнологий на мышление и поведение.	ОПК-7.3.1
47.	Возможности вербального воздействия на аудиторию.	ОПК-7.У.1
48.	Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.	ОПК-7.В.1
49.	Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.	ОПК-7.3.1
50.	Роль коммуникации в корпоративной деятельности.	ОПК-7.У.1

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	<p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>В политическом PR-менеджменте метод «создания легенды» (storytelling) используется для:</p> <p>а) точного подсчёта бюджетных расходов на рекламную кампанию</p> <p>б) формирования устойчивого эмоционального образа политика через связь его биографии с архетипическими нарративами и ценностями целевой аудитории</p> <p>в) юридического оформления документов для регистрации кандидата</p> <p>г) проведения статистического анализа электоральных предпочтений</p> <p>Правильный ответ: б</p>	<p>ОПК-7.3.1</p> <p>ОПК-7.У.1</p> <p>ОПК-7.В.1</p>

Аргументация:

Storytelling в политическом PR – это не просто рассказ историй, а стратегический инструмент брендинга. Он позволяет выстроить эмоциональную связь между политиком и аудиторией через нарративы, которые резонируют с глубинными ценностями, потребностями и архетипами избирателей (например, «борец за справедливость», «заботливый отец», «человек из народа»). Это повышает запоминаемость, доверие и лояльность. Остальные варианты (а, в, г) относятся к другим сферам – бюджетному учёту, юриспруденции и социологическим исследованиям, но не к психологическому воздействию через сторителлинг.

2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие из перечисленных приёмов относятся к психологически обоснованным методам создания эффективной политической рекламы?

- а) использование эффекта «25-го кадра» для подсознательного воздействия
- б) апелляция к социальным нормам и ценностям целевой группы (reference group appeal)
- в) демонстрация простых, визуально запоминающихся символов и лозунгов
- г) применение метода «ножек Буша» (отвлечение внимания на второстепенные детали)
- д) таргетирование сообщений под психографические профили аудитории (ценности, образ жизни, мотивация)
- е) использование принципа дефицита (ограниченность времени или ресурсов)

Правильные ответы: б, в, д, е

Аргументация:

Апелляция к референтной группе (б) – люди склонны ориентироваться на поведение и мнение значимых для них групп, это один из ключевых социально-психологических механизмов (конформизм).

Простые символы и лозунги (в) – упрощают восприятие и активируют эвристики, повышая запоминаемость (эффект кратковременной памяти, прайминг).

Психографический таргетинг (д) – современный метод, основанный на модели BIG-5, ценностных ориентациях Шварца, что позволяет персонализировать воздействие.

Принцип дефицита (е) – эффект реактивности: люди ценят то, что доступно ограниченное время (используется в призывах «приходи на выборы!», «твой голос решает!»).

Вариант (а) – «25-й кадр» – это миф, не имеющий научного подтверждения, и запрещённый в большинстве стран. **Вариант (г)** – «метод ножек Буша» – хотя и может использоваться для отвлечения внимания, но не является психологически обоснованным методом создания рекламы, а скорее манипулятивным приёмом, не рекомендуемым в этических PR-кампаниях.

3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГД.

А) Модель AIDA (рекламная коммуникация)	1) Формирование положительного отношения через ассоциацию бренда с приятными стимулами и образами
Б) Кондиционирование (классическое)	2) Последовательность: Attention → Interest → Desire → Action
В) Эффект прайминга	3) Предварительная активация определённых понятий или установок, влияющая на последующее восприятие
Г) Теория социального доказательства	4) Люди оценивают правильность поведения, ориентируясь на поведение других в аналогичной ситуации
Д) Техника «нога в двери»	5) Стратегия, при которой сначала просят о небольшом одолжении, чтобы затем получить согласие на более серьёзное требование

Ответ: А – 2, Б – 1, В – 3, Г – 4, Д – 5

Аргументация:

Модель AIDA (А) – классическая модель рекламного воздействия, включает последовательное прохождение стадий внимания, интереса, желания и действия.

Кондиционирование (Б) – связывание бренда/политика с позитивными эмоциями через повторяющиеся ассоциации.

Прайминг (В) – активация в памяти определённых концептов (например, «безопасность», «стабильность»), которые затем влияют на оценку политика.

Социальное доказательство (Г) – один из принципов влияния Р. Чалдини, часто используется в PR (отзывы, рейтинги).

Техника «нога в двери» (Д) – стратегия постепенного вовлечения аудитории, широко применяется в фандрайзинге и политической мобилизации.

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов разработки психологически обоснованной рекламной кампании политического кандидата. Запишите соответствующую последовательность цифр.

1. Создание и тестирование рекламных макетов на фокус-группах
2. Анализ целевой аудитории (демография, психография, медиапредпочтения)
3. Определение ключевых этапов рекламной кампании и бюджетирование
4. Определение позиционирования кандидата и разработка уникального торгового предложения (УТП)
5. Выбор каналов распространения рекламы и медиапланирование
6. Запуск кампании и мониторинг эффективности с последующей корректировкой

Правильная последовательность: 2, 4, 1, 3, 5, 6

Аргументация:

В PR-менеджменте (особенно в политическом консалтинге) стратегия строится от глубокого знания аудитории (2), затем

формулируется позиционирование и УТП (4), после чего создаются и тестируются креативные материалы (1). Параллельно или на основе этих этапов разрабатывается бюджет и медиаплан (3, 5). Завершающий этап – запуск и постоянный мониторинг с коррекцией (6). Такой порядок позволяет минимизировать риски и повысить эффективность воздействия.

5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Разработайте концепцию психологически обоснованной рекламной кампании для политического кандидата, баллотирующегося в городской парламент. Целевая аудитория – молодые люди 18–30 лет, экономически активные, с высоким уровнем цифровой грамотности. Какие психологические механизмы и рекламные инструменты вы предложите? Обоснуйте свой выбор.

Пример аргументированного ответа:

Для данной целевой аудитории (18–30 лет, цифровые natives) стратегия должна опираться на современные психологические модели и цифровые форматы, отказываясь от традиционных плакатов и ТВ-роликов в пользу интерактивных и персонализированных форматов.

1. Психологический портрет аудитории:

Эта группа характеризуется высокой автономностью, критическим отношением к авторитетам, ценностью личного опыта, ориентацией на референтные группы в социальных сетях и низким доверием к институциональной политике. Для них важны искренность, прозрачность и практическая польза, а не абстрактные лозунги.

2. Психологические механизмы воздействия:

Социальное доказательство – демонстрация поддержки кандидата со стороны уважаемых в молодёжной среде фигур (блогеры, предприниматели, спортсмены). Важно, чтобы это были не «постановочные» отзывы, а естественные интеграции. Принцип вовлечённости через соучастие – создание платформы для сбора идей от молодёжи по городским проблемам. Когда аудитория участвует в формировании программы, возникает эффект «эндорсmenta от себя», повышающий лояльность.

Эффект «ограниченного выбора» (парадокс выбора) – вместо перечислений обещаний фокус делается на 2–3 конкретных, измеримых целях (например, «скейт-парк в каждом районе», «гранты для стартапов»). Это снижает когнитивную нагрузку и повышает доверие.

Эмоциональное заражение через визуальные истории (storydoing) – использование коротких вертикальных видео (Reels, TikTok) с реальными историями молодых жителей города, которые столкнулись с проблемой и получили помощь от кандидата. Это апеллирует к эмпатии и создаёт образ «своего» политика.

3. Рекламные инструменты и каналы:

	<p>Таргетированная реклама в социальных сетях (VK, Telegram, YouTube) с разбивкой по интересам: для студентов – образовательные проекты, для работающих – транспорт и экология, для предпринимателей – налоговые льготы.</p> <p>Интерактивные форматы – опросы в Telegram-канале, квизы на знание городских проблем, игровые механики («приведи друга на выборы – получи стикерпак»).</p> <p>Нативная реклама – интеграция в популярные молодёжные паблики и блоги в формате экспертных постов, а не прямой агитации.</p> <p>Офлайн-события с онлайн-трансляцией – встречи в антикафе, лектории, хакатоны по урбанистике, которые позиционируются как полезные мероприятия, а не агитационные митинги.</p> <p>4. Ключевой месседж:</p> <p>«Будущее города — это не про политику. Это про нас. Я — твой голос в парламенте, который услышит то, что ты говоришь в интернете». Такой месседж снижает барьер недоверия к институтам, позиционируя кандидата как транслятора мнений аудитории, а не традиционного политика.</p> <p>Заключение:</p> <p>Успех кампании зависит от отказа от монолога в пользу диалога, использования визуального и интерактивного контента и персонализации воздействия. Молодёжь не хочет быть объектом манипуляции, она хочет быть соавтором, и этот психологический принцип должен лежать в основе всей стратегии.</p>	
--	---	--

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология» является формирование у студентов представлений о предмете и методах исследования в психологии, о познавательных процессах, эмоциональной и мотивационной сферах личности, о механизмах возникновения новых форм поведения. Ознакомление студентов со способами воздействия на свое психическое состояние. Формирование у студентов способности к психологическому анализу событий и ситуаций обыденной жизни. Получение знаний о закономерностях, принципах и механизмах воспитания и обучения, формах организации обучения.

В области воспитания личности целью подготовки по данной дисциплине является формирование личностных качеств необходимых для эффективной профессиональной

деятельности, таких как целеустремленность, организованность, трудолюбие, профессиональная этика, способность принимать ответственные решения, умение работать в коллективе, творческие способности, коммуникативность.

11.1 Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- постановка задачи;
- основные сведения по теме лекции;
- результаты и выводы.

11.2 Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Учебным планом не предусмотрено

11.3 Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;

- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Структурными элементами практического занятия являются: вводная часть, основная часть, заключительная часть.

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы.

В ее состав входят:

- формулировка темы, целей и задач занятия;
- обоснование значимости темы для профессиональной подготовки;
- связь с другими разделами курса;
- изложение теоретических основ;
- разъяснение методов и приёмов выполнения заданий;
- требования к результату работы;
- инструктаж по технике безопасности;
- проверка готовности студентов;
- пробное выполнение заданий;
- указания по самоконтролю.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами. Она может сопровождаться:

- дополнительные разъяснения по ходу работы;
- устранение затруднений;
- текущий контроль и оценка результатов;
- поддержка работоспособности технических средств;
- ответы на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит:

- подведение итогов занятия (анализ успехов и недочётов);
- оценка работы отдельных студентов;
- ответы на вопросы;
- рекомендации по устранению пробелов в знаниях и навыках;
- сбор отчётов для проверки;
- информация о подготовке к следующему занятию (включая список литературы).

Вводная и заключительная части практического занятия проводятся фронтально.

Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально.

11.4 Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ Учебным планом не предусмотрено

11.5 Методические указания для обучающихся по прохождению курсового проектирования/ выполнения курсовой работы Учебным планом не предусмотрено

11.6 Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Основными методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся, являются источники из перечня печатных и электронных учебных изданий, указанных в таблице 8. Кроме этого, обучающийся может пользоваться электронными ресурсами, указанными в таблицах 9 и 11.

11.7 Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль включает в себя:

- контроль посещаемости;
- устный опрос по материалам лекций;
- устный опрос по практическим занятиям.
- письменный опрос по вопросам практического занятия
- письменной выполнение заданий лабораторных работ с защитой отчетов;
- письменный опрос в форме тестирования

В течение семестра обучающиеся загружают в ЭИОС ГУАП отчётные материалы, в соответствии с установленными НПП требованиями и методами проведения ТКУ, а НПП оценивают загруженные материалы. Оценка, сделанная НПП, зарегистрированным под своим логином и паролем, является оценкой результатов ТКУ.

Обучающийся, пропустивший аудиторное занятие (лекционное, практическое, лабораторное) по уважительной или неуважительной причине, обязан в срок не позднее 10 календарных дней с момента выхода на учёбу (или с даты пропуска, если причина неуважительная) представить письменные отчётные материалы по всем темам, разобранным на пропущенном занятии.

Форма письменной работы определяется преподавателем (НПП) и может включать:

- развёрнутый конспект лекции с ответами на контрольные вопросы;
- письменное решение практических задач, разобранных на занятии;
- выполнение пропущенного лабораторного задания в полном объёме с оформлением отчёта.

Письменные работы по пропущенным темам загружаются в ЭИОС ГУАП (раздел «Текущий контроль») в виде одного файла в формате PDF или DOCX. На титульном листе обязательно указываются: ФИО студента, группа, дата пропущенного занятия, тема занятия, подпись студента.

Работа проверяется НПП в течение 5 рабочих дней с момента загрузки. Оценка за представленную работу учитывается при подведении итогов ТКУ наравне с результатами, полученными при очном посещении.

Если пропущено более 30% аудиторных занятий по дисциплине без уважительной причины, студент обязан представить письменные работы по всем пропущенным темам в полном объёме до начала промежуточной аттестации (ПА). В противном случае допуск к ПА не предоставляется.

Итоговый результат по дисциплине формируется как совокупная оценка ТКУ (в течение семестра) и оценки, полученной на ПА (зачёт).

Вес ТКУ в итоговой оценке устанавливается рабочей программой дисциплины и доводится до сведения обучающихся в начале семестра (как правило, 30–50% итоговой оценки).

При проведении ПА все накопленные баллы/оценки ТКУ сохраняются и учитываются автоматически в ЭИОС. Передача отдельных элементов ТКУ в период ПА допускается только при наличии документально подтвержденной уважительной причины, согласованной с деканатом.

Если дисциплина завершается зачётом, то зачёт может быть выставлен автоматически («автомат») при выполнении следующих условий:

- набрано не менее 60% от максимально возможного балла ТКУ;
- отсутствуют задолженности по письменным работам (включая работы по пропущенным темам);
- все лабораторные работы защищены с положительной оценкой.

Для получения допуска к сдаче экзамена или зачёта (промежуточной аттестации) обучающийся в обязательном порядке должен выполнить следующие минимальные требования, установленные по результатам текущего контроля успеваемости (ТКУ).

Первое. Посещаемость аудиторных занятий должна составлять не менее 70% от общего числа занятий по дисциплине при отсутствии уважительных причин. В случае пропуска занятий по уважительной причине (подтвержденной документально) допускается снижение порога посещаемости до 50%, но при этом студент обязан представить письменные работы по всем пропущенным темам с положительной оценкой. Если же пропуски не имеют уважительных причин, а посещаемость составляет менее 70%, допуск к ПА не предоставляется независимо от иных результатов.

Второе. Устный опрос по материалам лекций и практическим занятиям: за семестр студент должен получить хотя бы одну положительную оценку при устном ответе. Если студент ни разу не отвечал устно (в том числе из-за пропусков), он обязан письменно выполнить эквивалентные задания по всем темам лекций и практических занятий и получить за них зачёт.

Третье. Практические занятия: необходимо выполнить и защитить в устной или письменной форме не менее 60% практических заданий от общего числа, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Защита считается состоявшейся, если преподаватель (НПР) выставил положительную оценку в ЭИОС.

Четвёртое. Лабораторные работы (если они предусмотрены учебным планом): должны быть выполнены в полном объёме, оформлены в виде отчётов и загружены в ЭИОС ГУАП. Каждая лабораторная работа подлежит обязательной защите, по итогам которой выставляется оценка не ниже «удовлетворительно». Наличие хотя бы одной незащищённой или незачтённой лабораторной работы является безусловным основанием для отказа в допуске к ПА.

Пятое. Тестирование: в течение семестра должно быть пройдено не менее одного обязательного тестирования (если тестирование предусмотрено рабочей программой). Результат тестирования должен составлять не менее 50% правильных ответов. При отсутствии обязательного тестирования или результате ниже 50% студент обязан пересдать тест до начала сессии.

Шестое. Загрузка отчётных материалов в ЭИОС: все письменные работы, лабораторные отчёты, конспекты по пропущенным темам, а также иные материалы, определённые преподавателем, должны быть своевременно загружены в личный раздел студента в электронной информационно-образовательной среде ГУАП. Каждый загруженный материал должен быть проверен НПР и иметь статус «Зачтено» или положительную оценку. Материалы, загруженные с нарушением сроков или не принятые преподавателем, не учитываются.

Итоговое условие. Допуск к промежуточной аттестации оформляется только при одновременном соблюдении всех шести указанных требований. Невыполнение хотя бы одного из них означает, что студент не допущен к экзамену или зачёту. В таком случае он направляется на повторное изучение дисциплины или ликвидацию академической задолженности в порядке, установленном локальными нормативными актами ГУАП.

11.8 Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено». Зачет проводится в устной форме. Вопросы к зачету представлены в таблице 16 данной РПД.

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые прошли текущий контроль успеваемости, выполнили и защитили все практические работы.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой