

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор  
Паршина А.А.

**Технологии управления общественным мнением  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план 42.03.01\_ЗФО\_2022.plx  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144

Виды контроля на курсах:

в том числе:

зачеты 4

аудиторные занятия 12

самостоятельная работа 130

контактная работа во время  
промежуточной аттестации (ИКР) 0,1

часов на контроль 1,9

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		4		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП		
Лекции	2	2	4	4	6	6
Практические			6	6	6	6
Иная контактная работа			0,1	0,1	0,1	0,1
Итого ауд.	2	2	10	10	12	12
Контактная работа	2	2	10,1	10,1	12,1	12,1
Сам. работа	7	7	123	123	130	130
Часы на контроль			1,9	1,9	1,9	1,9
Итого	9	9	135	135	144	144

Программу составил(и):  
к.э.н., Доцент, Левчук Валерия Владимировна

Рецензент(ы):  
*д.э.н., Профессор, Прокопенко Максим Владимирович*

Рабочая программа дисциплины  
**Технологии управления общественным мнением**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:  
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2022 протокол № 26.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
**Маркетинг, реклама и туризм**

Протокол от 31.05.2022 г. № 10

Зав. Кафедрой Черемисова Н.Ф.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	- осмысление важности изучения общественного мнения;
1.2	- формирование у студентов знаний приемов управления общественным мнением;
1.3	- развитие у учащихся умений и навыков управления общественным мнением;
1.4	- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения;
1.5	- продолжить формирование у будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью основ корпоративной культуры.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Поведение потребителей
2.1.2	Технологии в связях с общественностью
2.1.3	Ценообразование в рекламной деятельности
2.1.4	Основы рекламы
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Преддипломная практика

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ**

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:**

**3.1 Знать**

основные элементы содержания и понятия «общественное мнение»; основные способы управления общественным мнением; роль различных социальных факторов в процессе организации управления общественным мнением. структуру, функции и закономерности функционирования общественного мнения; роль различных социальных факторов в процессе организационно-управленческой работой общественным мнением.

**3.2 Уметь**

- проводить исследования в конкретной предметной области; построить службу управления общественным мнением в различных сферах деятельности; использовать этапы процесса по управлению общественным мнением; применять приемы формирования технологии организационно-управленческой работой общественным мнением в различных сферах;

**3.3 Владеть**

навыками использования средств, методов, технологий, имиджа и репутации управления общественным мнением; навыками

**ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности****ОПК-4.1: Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп**

запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп

частично запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп

свободно запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп

соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

частично соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

свободно соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

умением соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

частично умением соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

свободно умением соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

**ОПК-4.2: Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов**

способы поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов

частично способы поиска информации о текущих запросах и потребностях общества при создании текстов рекламы и коммуникационных продуктов



4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Тема 1. Структура и сущность общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.2	/Лек/	3	2	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.3	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.4	/Ср/	3	7	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.5	Тема 2. Субъект общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.6	/Лек/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.7	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.8	/Ср/	4	12	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.9	Тема 3. Объект общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.10	/Лек/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.11	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.12	/Ср/	4	12	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.13	Тема 4. Функции общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.14	/Лек/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.15	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.16	/Ср/	4	12	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.17	Тема 5. Методы изучения и создания общественного мнения. /Тема/	4	0				

1.18	/Лек/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.19	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.20	/Ср/	4	12	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.21	Тема 6. Возникновение и формирование общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.22	/Лек/	4	0,25	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.23	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.24	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.25	Тема 7. Способы формирования общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.26	/Лек/	4	0,25	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.27	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.28	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.29	Тема 8. Функционирование общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.30	/Лек/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.31	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.32	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.33	Тема 9. СМИ как основной выразитель общественного мнения. /Тема/	4	0				
1.34	/Лек/	4	0,25	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		

1.35	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.36	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.37	Тема 10. Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний. /Тема/	4	0				
1.38	/Лек/	4	0,25	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.39	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.40	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.41	Тема 11. Технологии управления общественным мнением. /Тема/	4	0				
1.42	/Лек/	4	0,25	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.43	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.44	/Ср/	4	15	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.45	Тема 12. Пропаганда и общественное мнение. /Тема/	4	0				
1.46	/Лек/	4	0,25	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.47	/Пр/	4	0,5	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.48	/Ср/	4	10	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.49	/Зачёт/	4	1,9	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		
1.50	/ИКР/	4	0,1	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-7.1 ОПК-7.2	Л1.1		

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Проверяемая компетенция ПК-1

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

- 1.История возникновения термина «общественное мнение». Специфика предметного поля общественного мнения.
- 2.Внешние и внутренние факторы создания общественного мнения.
- 3.Структура и сущность общественного мнения.
- 4.Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Установка и общественное мнение.
- 5.Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как целостное духовно- деятельностное образование.
- 6.Уровни общественного мнения и их взаимосвязь: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология.
- 7.Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина.
- 8.Понятие и характеристика объекта общественного мнения.
- 9.Классификация методов создания общественного мнения.
- 15.Общественное мнение как процесс последовательной смены стадий возникновения, формирования, функционирования и соответствующих им способов его выражения и реализации.
- 10.Зарождение общественного мнения и условия его определяющие.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

- 1.Выявление степени эффективности проведенных мероприятий. Описательное исследование.
- 2.Аналитическое исследование – углубленный вид социологического исследования
- 3.Способы и средства формирования общественного мнения.
- 4.Столкновения, компромиссы, интеграция множества мнений. Выделение доминирующего мнения.
- 5.Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.
- 6.Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.
- 7.Этапы формирования общественного мнения.
- 8.Управление и возможности манипулирования общественным мнением на этапе его функционирования.
- 9.Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний.
- 10.Общественное мнение в предвыборной кампании. Предвыборная работа с элитами общественного мнения.
- 11.Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.
- 12.Виды социологического управления общественным мнением.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

- 1.Отбор объектов общественного мнения на основе критериев, определяющих его непрерывную активную связь с действительностью.
- 2.Интересы людей – главный критерий выбора объектов общественного мнения. Личные, групповые, общественные интересы.
- 3.Компетентность, осведомленность, информированность – важные составляющие порога «доступности» объекта для оценочных суждений.
4. Технологии и методы формирования общественного мнения.
- 5.Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения.
- 6.Урегулирование интересов власти и общественного мнения. Работа специалиста по PR с чиновниками.
- 7.Отношения корпоративных объединений как объект работы по связям с общественностью.
- 8.Подготовка и проведение кампаний Public Relation.
- 9.Сущность,стадии, механизмы и фазы формирования и функционирования общественного мнения.
- 10.Сущность и основные цели рекламы в рамках формирования общественного мнения.
- 11.Специальные мероприятия и их освещение в СМИ.
- 12.Виды и организация технологий благотворительной деятельности, как инструмент формирования общественного мнения.
- 13.Имидж политических, финансовых, государственных и других организаций в системе общественного мнения.
- 14.Технология создания и продвижения персонального имиджа общественных организаций.

Проверяемая компетенция ПК-3

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

- 1.Понимание субъекта общественного мнения как его носителя и выразителя.
- 2.Индивид, социальные группы, общество: их место и роли в качестве субъектов общественного мнения.
- 3.Связь общественного мнения своим отношением с объектами, допускающими различное толкование, спорность и не безусловность оценок.
4. Функции общественного мнения.
- 5.Факторы распространенности, стабильности, интенсивности функционирующего общественного мнения.
- 6.Формы и способы выражения общественного мнения в процессе его функционирования.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

- 1.Типология субъектов общественного мнения в социально-дифференцированном обществе, их общие и особенные черты.
- 2.Определенные действия субъектов общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание.
- 3.Механизмы осуществления функций: включенность интеллектуального, эмоционально-волевого потенциала человека, социальных групп общества
- 4.Специфика использования социологических опросов для изучения общественного мнения.
- 5.Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения.
- 6.Защита информации при становлении общественного мнения. Участие аудиторий общественного мнения в защите информации.
- 7.Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
- 8.Методы психофизиологического управления аудиторией.



- 9.Технология построения и технология управления новостями.
  - 10.Методы формирования общественного мнения, основанные на психологических процессах восприятия, обработки и анализа информации (внимание, память, мышление, эмоции и поведение).
  - 11.История развития, классификация и виды СМИ, как основного выразителя общественного мнения
  - 12.Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью.
  - 13.Методы работы со СМИ и основные способы подачи информации.
  14. Основные СМИ на российском медиарынке.
- Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:
- 1.Особенности применения метода количественного и качественного контент-анализа для изучения общественного мнения.
  - 2.Принципы изучения общественного мнения.
  - 3.Программа исследования общественного мнения.
  - 4.Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения.
  - 5.Технологии применения методов внушения, убеждения, подражания в процессе формирования общественного мнения.
  - 6.Цикл существования общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание.
  - 7.Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории: формирование и изменения.
  - 8.Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования.
  - 9.Управление общественным мнением в кризисных ситуациях Специфика управления коммуникациями общественного мнения в условиях кризиса.
  - 10.Влияние, цель и элементы пропаганды, основанной на научно-обоснованных данных.
  - 11.Проблема власти в пропаганде и формировании общественного мнения. Власть ложной пропаганды.
  - 12.Различные способы управления общественным мнением через рекламные службы, команды – поддержки, службы общественного мнения, СМИ и т.д.

## 5.2. Темы письменных работ

- 1.Типология субъектов общественного мнения в социально-дифференцированном обществе, их общие и особенные черты.
  - 2.Определенные действия субъектов общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание.
  - 3.Механизмы осуществления функций: включенность интеллектуального, эмоционально-волевого потенциала человека, социальных групп общества
  - 4.Специфика использования социологических опросов для изучения общественного мнения.
  - 5.Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения.
  - 6.Защита информации при становлении общественного мнения. Участие аудиторий общественного мнения в защите информации.
  - 7.Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
  - 8.Методы психофизиологического управления аудиторией.
  - 9.Технология построения и технология управления новостями.
  - 10.Методы формирования общественного мнения, основанные на психологических процессах восприятия, обработки и анализа информации (внимание, память, мышление, эмоции и поведение).
  - 11.История развития, классификация и виды СМИ, как основного выразителя общественного мнения
  - 12.Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью.
  - 13.Методы работы со СМИ и основные способы подачи информации.
  14. Основные СМИ на российском медиарынке.
- Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:
- 1.Особенности применения метода количественного и качественного контент-анализа для изучения общественного мнения.
  - 2.Принципы изучения общественного мнения.
  - 3.Программа исследования общественного мнения.
  - 4.Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения.
  - 5.Технологии применения методов внушения, убеждения, подражания в процессе формирования общественного мнения.
  - 6.Цикл существования общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание.
  - 7.Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории: формирование и изменения.
  - 8.Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования.
  - 9.Управление общественным мнением в кризисных ситуациях Специфика управления коммуникациями общественного мнения в условиях кризиса.
  - 10.Влияние, цель и элементы пропаганды, основанной на научно-обоснованных данных.
  - 11.Проблема власти в пропаганде и формировании общественного мнения. Власть ложной пропаганды.
  - 12.Различные способы управления общественным мнением через рекламные службы, команды – поддержки, службы общественного мнения, СМИ и т.д.

## 5.3. Фонд оценочных средств

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

- экзамены;
- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>					
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>					
<b>6.1.1. Основная литература</b>					
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год		
Л1.1	Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г.	Основы рекламы: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019		
<b>6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>					
6.3.2.1	2. Информационная справочная система «Гарант»				
6.3.2.2	1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
<b>7. МТО (оборудование и технические средства обучения)</b>					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
46\2	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	
<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>					
<p>Обучение по дисциплине (модулю) предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические/семинарские) и самостоятельной работы студентов. Практические/семинарские занятия дисциплины могут проводиться в различных формах с целью оценки достижения компетенций.</p> <p>Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;</li> <li>- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);</li> <li>- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;</li> <li>- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.</li> </ul> <p>Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внимательно прочитать материал лекций, относящихся и к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;</li> <li>- подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные для обсуждения;</li> <li>- выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;</li> <li>- понять, что осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;</li> <li>- готовиться к практическим/семинарским занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;</li> <li>- рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;</li> </ul> <p>Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программой дисциплины;</li> <li>- тематическими планами лекций, семинарских занятий;</li> <li>- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;</li> <li>- перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;</li> <li>- перечнем вопросов (вопросов к зачету).</li> </ul>					