

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович
 Должность: И.о. ректора
 Дата подписания: 28.09.2022 17:35:59
 Уникальный программный ключ:
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования

«Сочи́нский государственный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета _____ Никитин И.А.

« 30 » 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Политический PR

Шифр и направление подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
 Квалификация (степень) выпускника бакалавр
 Профиль подготовки бакалавра «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»
 (программа магистерская или аспирантская)
 Форма обучения Заочная
 Выпускниковая кафедра Общей психологии и социальных коммуникаций
 Кафедра-разработчик рабочей программы Общей психологии и социальных коммуникаций

Семестр	Трудоемкость (час./зед.)	Лекцион. занятия, (час.)	Практич. занятия, (час.)	Лаборат. занятия, (час.)	СРС, (час.)	КЭ/КП	Форма промежуточного контроля (зед./зичет)
ЗФО							
5 курс	108/3	8	8	-	88	-	Зачет с оценкой (4 час)
Итого:	108/3	8	8	-	88	-	Зачет с оценкой (4 час)

Сочи 2019 г.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (приказ № 512 от 08.06.2017 г.)

Рабочую программу составил:
Шуванов В.П., ст. преподаватель.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА
на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций

Протокол № 1 от 30 августа 2019 г.

Заведующий кафедрой ОПиСК

Шуванов И.Б.

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления

Реклама и связи с общественностью

Протокол № 1 от 30 августа 2019 г.

Председатель УМСН

Часы и компетенции соответствуют ОПОП и учебному плану

Отдел КОиМО В.В. Васильченко В.В.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2020/-2021 учебный год, протокол № 1 заседания кафедры от 28 августа 2020 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

5.3 Особенности преподавания дисциплины.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Заведующий кафедрой



подпись

И.Б. Шуванов

Рабочая программа переутверждена на 20__/-20__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

И.Б. Шуванов

Рабочая программа переутверждена на 20__/-20__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

И.Б. Шуванов

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 3++	5
3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 Тематический план дисциплины	8
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	23
4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	24
4.4 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	25
5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	26
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины	26
5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	27
5.3 Особенности преподавания дисциплины	27
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины	27
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	29

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины **Политический PR** - рассмотрение проблем связей с общественностью в политической сфере, в частности технологии организации избирательных кампаний, способов изучения избирательного рынка, методик конструирования имиджа политических лидеров и партий, коммуникативных стратегий в политической кампании. В процессе изучения студенты должны усвоить особенности политического PR и рекламы, зарубежной и отечественной теории и практики избирательных кампаний; овладеть приемами и методами конструирования политического имиджа.

Задачи дисциплины:

- рассмотрение специфики и структуры политического PR и рекламы,
- изучение технологии и организации избирательных кампаний,
- анализ коммуникативных стратегий в политической кампании.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ

Дисциплина **«Политический PR»** относится к дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения указанной дисциплины обучающиеся должны обладать теоретической подготовкой и практическими навыками по следующим курсам – Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью, Основы проектной деятельности, Правоведение, Профессионально-ознакомительная практика, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью, Социальная психология в рекламе и связях с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью.

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью, Преддипломная практика, Антикризисный PR, Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью, Методология и методы исследований в коммуникационной сфере Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
<i>Универсальные компетенции</i>			
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Основы проектной деятельности Правоведение Профессионально-ознакомительная практика	Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью Преддипломная практика
<i>Профессиональные компетенции</i>			

	ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Введение в специальность рекламы и связи с общественностью	Антикризисный PR Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Методология и методы исследований в коммуникационной сфере Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
--	--	---	--

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	<i>Универсальные компетенции</i>		
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты	Знать: - Знать: методы сбора и обработки данных; (З-УК-2.1.) Уметь: - использовать навыки научных исследований политических процессов и отношений. (У-УК-2.1) Владеть: - навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных (Н-УК-2.1)
		УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ	Знать: - методологию планирования, организации и реализации политических проектов; (З-УК-2.2.) Уметь: - вырабатывать методы планирования, организации и реализации политических проектов; (У-УК-2.2.) Владеть: - способностью к участию в политических проектах. (Н -УК-2.2.)
		УК-2.3 Использует различные	Знать: особенности коммуникативных процессов в современном

		методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты	мире; (З-УК-2.3.) Уметь: использовать в политической практике знания о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации; (У-УК-2.3.) Владеть: знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации (Н-УК-2.3.)
<i>Профессиональные компетенции</i>			
	ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.	Знать: - особенности проведения информационных кампаний; (З-ПКУВ-1.1.) Уметь: участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня; (У-ПКУВ-1.1.) Владеть: - способностью участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний. (В-ПКУВ-1.1.)
		ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	Знать: - сущность исторических, политологических и культурологических категорий, их взаимосвязи (З-ПКУВ-1.2.) Уметь: использовать современные технические средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач в области связи с общественностью; (У-ПКУВ-1.2.) Владеть: теоретическими основами политологических дисциплин, историей и основными моделями современных политических практик, технологиями политических процессов (В-ПКУВ-1.3.)
		ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Знать: - особенности проведения информационных кампаний; (З-ПКУВ-1.3.) Уметь: - участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня; (У-ПКУВ-1.3.) Владеть: - способностью участвовать в информационно-

		коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний. (Н-ПКУВ-1.3.)
--	--	---

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины ЗФО

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	ЗФО					
		Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные	СРС	Контроль
1	Тема 1. Технология коммуникации в политической сфере. Формирование структуры, планирование и методика организации деятельности службы PR при решении политических задач.		1	1	-	8,5	
2	Тема 2. Содержание деятельности, структура службы PR и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти. Служба PR в избирательной кампании. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-релиза.		1	1	-	8,5	
3	Тема 3. Взаимодействие и разграничение полномочий пресс-служб и служб связей с общественностью в сфере политики. Этика отношений с прессой. Координация действий и коммуникации как условие успешной деятельности службы PR в политической сфере.		1	1	-	8,5	
4	Тема 4. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественностью в политической сфере. Система контроля за реализацией программ и планов. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью при решении политико-управленческих задач.		1	1	-	8,5	
5	Тема 5. Методологические принципы и организационные приемы формирования опти-		1	1	-	8,5	

	мальной структуры службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня.						
6	Тема 6. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы PR и особенности их реализации в политической сфере.	1	1	-	8,5		
7	Тема 7. Служба связей с общественностью в информационно-аналитическом сопровождении избирательной кампании. Постановка задач и выбор методик их реализации на стадии завоевания и удержания политической власти.	1	1	-	8,5		
8	Тема 8. Служба PR и муниципальные выборы. Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандидата, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.	1	1	-	8,5		
9	Контрольная работа	20	-	-	-	20	
10	Зачет с оценкой	4	-	-	-	-	4
ИТОГО:		108	8	8	-	88	4

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов ЗФО	Краткое содержание занятия	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Технология коммуникации в политической сфере. Формирование структуры, планирование и методика организации деятельности службы PR при решении политических задач.	1	1 Сущность понятий «политика», «политический». 2 Государство, гражданское общество: взаимосвязь и взаимовлияние. 3 Объекты и субъекты политики. 4 Политическое участие. 5 Политическая деятельность: общая характеристика. 6 Public Relations в политической сфере: общая характеристика. 7 Содержание и структура современного политического процесса в Российской Федерации.	(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.) (З-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.)	[1-4]

			<p>8 Взаимосвязь и тенденции развития политического процесса и политической системы.</p> <p>9 Коммуникации и политический процесс. Применение системы RACE в политической практике.</p>		
2	<p>Тема 2. Содержание деятельности, структура службы PR и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти.</p> <p>Служба PR в избирательной кампании. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-релиза.</p>	1	<p>1 Политическая культура российского общества и ее влияние на политический процесс.</p> <p>2 Общая характеристика и политико-культурные особенности деятельности социально-политических сил современной России.</p> <p>3 Цели, функции, институты PR в политической сфере.</p> <p>4 Научные основы формирования службы связей с общественностью в политической сфере.</p> <p>5. Программно-целевой подход к формированию службы PR.</p> <p>6. Пресс-конференция как основная форма отношения с прессой в ходе проведения PR-кампании.</p> <p>7. Формы и методы работы современной пресс-службы со средствами массовой информации, общественностью и политическими организациями</p>	<p>(З-УК-2.1.)</p> <p>(З-УК-2.2.)</p> <p>(З-УК-2.3.)</p> <p>(У-УК-2.1)</p> <p>(У-УК-2.2)</p> <p>(У-УК-2.3)</p> <p>(З-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]

3	<p>Тема 3. Взаимодействие и разграничение полномочий пресс-служб и служб связей с общественностью в сфере политики. Этика отношений с прессой.</p> <p>Координация действий и коммуникации как условие успешной деятельности службы PR в политической сфере.</p>	1	<p>1 Линейный и функциональный принципы формирования структур связей с общественностью.</p> <p>2 Организация планирования деятельности службы PR в политической сфере.</p> <p>3 Методика постановки задач и анализа их реализации.</p> <p>4 Конституционно-правовой статус Российской Федерации.</p> <p>5 Федеральные и региональные органы государственной власти в России.</p> <p>6 Принципы организации, правовые и финансовые гарантии местного самоуправления.</p> <p>7 Органы государственной власти и местного самоуправления в Российской Федерации.</p> <p>8 Государственная и муниципальная службы как открытые системы.</p>	<p>(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.) (З-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]
---	--	---	--	--	-------

4	<p>Тема 4. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественностью в политической сфере. Система контроля за реализацией программ и планов.</p> <p>Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью при решении политико-управленческих задач.</p>	1	<p>1 Служба связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления: направления и содержание деятельности.</p> <p>2 Особенности деятельности службы PR в исполнительных и законодательных (представительных) органах власти.</p> <p>3 Служба связей с общественностью в органах государственной власти региона.</p> <p>4. Организационно-методические особенности организации деятельности службы связей с общественностью муниципального уровня.</p> <p>5. Установление «обратной связи» как условие работы службы Public Relations в органах государственной власти и местного самоуправления.</p>	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]
5	<p>Тема 5. Методологические принципы и организационные приемы формирования оптимальной структуры службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня.</p>	1	<p>1 Конституционно-правовой статус личности в Российской Федерации. Гарантии реализации гражданских прав в России.</p> <p>2 Политический плюрализм. Конституционно-правовые основы многопартийности в современной России.</p> <p>3 Типология общественно-политических организаций, основные принципы их деятельности. Политические блоки, политические коалиции.</p> <p>4 Особенности деятельности молодежных, женских, националь-</p>	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]

			ных, иных «профильных» общественно-политических организаций.		
6	Тема 6. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы PR и особенности их реализации в политической сфере.	1	1 Деятельность службы PR политических партий на общефедеральном и региональном уровне. 2 Служба связей с общественностью в общественно-политических организациях и движениях. 3 Особенности работы службы PR на стадиях формирования, становления и активной деятельности партийно-политических структур.	(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.) (З-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.)	[1-4]
7	Тема 7. Служба связей с общественностью в информационно-аналитическом сопровождении избирательной кампании. Постановка задач и выбор методик их реализации на стадии завоевания и удержания политической власти.	1	1. Взаимодействие службы связей с общественностью политической партии, общественно-политической организации с прессой и электронными СМИ. 2. Особенности методики организации работы службы PR с политическим лидером федерального и регионального уровня. 3. Общая характеристика понятий «избирательное право», «избирательная система». 4. Избирательная система в Российской Федерации как отражение демократических принципов организации государственной власти и местного самоуправления. 5. Правовое регулирование участия граждан Российской Федерации в реализации избирательного права.	(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.) (З-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.)	[1-4]
8	Тема 8. Служба	1	1. Избирательные объ-	(З-УК-2.1.)	[1-4]

	<p>PR и муниципальные выборы.</p> <p>Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандидата, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.</p>		<p>единения, блоки, коалиции: роль политических партий и общественно-политических организаций. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании и деятельность службы связей с общественностью.</p> <p>2. Основные этапы избирательного процесса. Особенности избирательной кампании федерального, регионального, муниципального уровня.</p> <p>3. Теоретико-методологические основы изучения электорального поведения населения.</p> <p>4. Особенности работы службы PR на стадиях формирования, становления и активной деятельности партийно-политических структур.</p> <p>5. Взаимодействие службы связей с общественностью политической партии, общественно-политической организации с прессой и электронными СМИ.</p> <p>3 Особенности методики организации работы службы PR с политическим лидером федерального и регионального уровня.</p>	<p>(З-УК-2.2.)</p> <p>(З-УК-2.3.)</p> <p>(У-УК-2.1)</p> <p>(У-УК-2.2)</p> <p>(У-УК-2.3)</p> <p>(З-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.3.)</p>	
ИТОГО:		8			

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов ЗФО	Краткое содержание занятия	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Технология коммуни-	1	1 Сущность понятий «политика», «политиче-	(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.)	[1-4]

	<p>кации в политической сфере. Формирование структуры, планирование и методика организации деятельности службы PR при решении политических задач.</p>		<p>ский».</p> <p>2 Государство, гражданское общество: взаимосвязь и взаимовлияние.</p> <p>3 Объекты и субъекты политики.</p> <p>4 Политическое участие.</p> <p>5 Политическая деятельность: общая характеристика.</p> <p>6 Public Relations в политической сфере: общая характеристика.</p> <p>7 Содержание и структура современного политического процесса в Российской Федерации.</p> <p>8 Взаимосвязь и тенденции развития политического процесса и политической системы.</p> <p>9 Коммуникации и политический процесс. Применение системы RACE в политической практике.</p>	<p>(З-УК-2.3.)</p> <p>(У-УК-2.1)</p> <p>(У-УК-2.2)</p> <p>(У-УК-2.3)</p> <p>(Н-УК-2.1)</p> <p>(Н-УК-2.2)</p> <p>(Н-УК-2.3)</p> <p>(З-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.3.)</p>	
2	<p>Тема 2. Содержание деятельности, структура службы PR и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти.</p> <p>Служба PR в избирательной кампании. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-релиза.</p>	1	<p>1 Политическая культура российского общества и ее влияние на политический процесс.</p> <p>2 Общая характеристика и политико-культурные особенности деятельности социально-политических сил современной России.</p> <p>3 Цели, функции, институты PR в политической сфере.</p> <p>4 Научные основы формирования службы связей с общественностью в политической сфере.</p> <p>5. Программно-целевой подход к формированию службы PR.</p> <p>6. Пресс-конференция как основная форма отношения с прессой в</p>	<p>(З-УК-2.1.)</p> <p>(З-УК-2.2.)</p> <p>(З-УК-2.3.)</p> <p>(У-УК-2.1)</p> <p>(У-УК-2.2)</p> <p>(У-УК-2.3)</p> <p>(Н-УК-2.1)</p> <p>(Н-УК-2.2)</p> <p>(Н-УК-2.3)</p> <p>(З-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]

			<p>ходе проведения PR-кампании.</p> <p>7. Формы и методы работы современной пресс-службы со средствами массовой информации, общественностью и политическими организациями</p>		
3	<p>Тема 3. Взаимодействие и разграничение полномочий пресс-служб и служб связей с общественностью в сфере политики. Этика отношений с прессой. Координация действий и коммуникации как условие успешной деятельности службы PR в политической сфере.</p>	1	<p>1 Линейный и функциональный принципы формирования структур связей с общественностью.</p> <p>2 Организация планирования деятельности службы PR в политической сфере.</p> <p>3 Методика постановки задач и анализа их реализации.</p> <p>4 Конституционно-правовой статус Российской Федерации.</p> <p>5 Федеральные и региональные органы государственной власти в России.</p> <p>6 Принципы организации, правовые и финансовые гарантии местного самоуправления.</p> <p>7 Органы государственной власти и местного самоуправления в Российской Федерации.</p> <p>8 Государственная и муниципальная службы как открытые системы.</p>	<p>(З-УК-2.1.)</p> <p>(З-УК-2.2.)</p> <p>(З-УК-2.3.)</p> <p>(У-УК-2.1)</p> <p>(У-УК-2.2)</p> <p>(У-УК-2.3)</p> <p>(Н-УК-2.1)</p> <p>(Н-УК-2.2)</p> <p>(Н-УК-2.3)</p> <p>(З-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(Н-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]
4	<p>Тема 4. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественностью в политической сфере. Система кон-</p>	1	<p>1 Служба связей с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления: направления и содержание деятельности.</p> <p>2 Особенности деятельности службы PR в исполнительных и законодательных (представительных) органах власти.</p>	<p>(З-УК-2.1.)</p> <p>(З-УК-2.2.)</p> <p>(З-УК-2.3.)</p> <p>(У-УК-2.1)</p> <p>(У-УК-2.2)</p> <p>(У-УК-2.3)</p> <p>(Н-УК-2.1)</p> <p>(Н-УК-2.2)</p> <p>(Н-УК-2.3)</p> <p>(З-ПКУВ-1.1.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.2.)</p> <p>(З-ПКУВ-1.3.)</p> <p>(У-ПКУВ-1.1.)</p>	[1-4]

	троля за реализацией программ и планов. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью при решении политико-управленческих задач.		3 Служба связей с общественностью в органах государственной власти региона. 4. Организационно-методические особенности организации деятельности службы связей с общественностью муниципального уровня. 5. Установление «обратной связи» как условие работы службы Public Relations в органах государственной власти и местного самоуправления.	(У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	
5	Тема 5. Методологические принципы и организационные приемы формирования оптимальной структуры службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня.	1	1 Конституционно-правовой статус личности в Российской Федерации. Гарантии реализации гражданских прав в России. 2 Политический плюрализм. Конституционно-правовые основы многопартийности в современной России. 3 Типология общественно-политических организаций, основные принципы их деятельности. Политические блоки, политические коалиции. 4 Особенности деятельности молодежных, женских, национальных, иных «профильных» общественно-политических организаций.	(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	[1-4]
6	Тема 6. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы PR и особенности	1	1 Деятельность службы PR политических партий на общефедеральном и региональном уровне. 2 Служба связей с общественностью в общественно-политических организациях и движе-	(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3)	[1-4]

	их реализации в политической сфере.		ниях. 3 Особенности работы службы PR на стадиях формирования, становления и активной деятельности партийно-политических структур.	(З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	
7	Тема 7. Служба связей с общественностью в информационно-аналитическом сопровождении избирательной кампании. Постановка задач и выбор методик их реализации на стадии завоевания и удержания политической власти.	1	1. Взаимодействие службы связей с общественностью политической партии, общественно-политической организации с прессой и электронными СМИ. 2. Особенности методики организации работы службы PR с политическим лидером федерального и регионального уровня. 3. Общая характеристика понятий «избирательное право», «избирательная система». 4. Избирательная система в Российской Федерации как отражение демократических принципов организации государственной власти и местного самоуправления. 5. Правовое регулирование участия граждан Российской Федерации в реализации избирательного права.	(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.) (З-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	[1-4]
8	Тема 8. Служба PR и муниципальные выборы. Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандида-	1	1. Избирательные объединения, блоки, коалиции: роль политических партий и общественно-политических организаций. Информационно-аналитическое сопровождение избирательной кампании и деятельность службы связей с общественностью. 2. Основные этапы из-	(З-УК-2.1.) (З-УК-2.2.) (З-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (З-ПКУВ-1.1.) (З-ПКУВ-1.2.) (З-ПКУВ-1.3.)	[1-4]

	та, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.		бирательного процесса. Особенности избирательной кампании федерального, регионального, муниципального уровня. 3. Теоретико-методологические основы изучения электро-рального поведения населения. 4. Особенности работы службы PR на стадиях формирования, становления и активной деятельности партийно-политических структур. 5. Взаимодействие службы связей с общественностью политической партии, общественно-политической организации с прессой и электронными СМИ. 3 Особенности методики организации работы службы PR с политическим лидером федерального и регионального уровня.	(У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	
ИТОГО:		8			

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Объем, часов ЗФО	Вид СРС	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Тема 1. Технология коммуникации в политической сфере. Формирование структуры, планирование и методика организации деятельности службы PR при решении политических задач.	4	Написание доклада и подготовка презентации на одну из выбранных тем	(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.)	[1-4]

				(3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	
2	<p>Тема 2. Содержание деятельности, структура службы PR и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти.</p> <p>Служба PR в избирательной кампании. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-релиза.</p>	4	Подготовка к выступлению с применением презентации на одну из выбранных тем	(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	[1-4]
3	<p>Тема 3. Взаимодействие и разграничение полномочий пресс-служб и служб связей с общественностью в сфере политики. Этика отношений с прессой.</p> <p>Координация действий и коммуникации как условие успешной деятельности службы PR в политической сфере.</p>	6	Написание реферата по выбранной теме	(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)	[1-4]
4	<p>Тема 4. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественностью в поли-</p>	6	Чтение и анализ текста. Подготовка сообщений к выступлению на семинаре.	(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2)	[1-4]

	<p>тической сфере. Система контроля за реализацией программ и планов.</p> <p>Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью при решении политико-управленческих задач.</p>			<p>(Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)</p>	
5	<p>Тема 5. Методологические принципы и организационные приемы формирования оптимальной структуры службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня.</p>	4	<p>Чтение и анализ текста. Подготовка сообщений к выступлению на семинаре.</p>	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]
6	<p>Тема 6. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы PR и особенности их реализации в политической сфере.</p>	4	<p>Подготовка презентации на одну из выбранных тем</p>	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]
7	<p>Тема 7. Служба связей с общественно-</p>	6	<p>Повторение материала лекции</p>	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.)</p>	[1-4]

	<p>стью в информационно-аналитическом сопровождении избирательной кампании.</p> <p>Постановка задач и выбор методик их реализации на стадии завоевания и удержания политической власти.</p>			<p>(3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)</p>	
8	<p>Тема 8. Служба PR и муниципальные выборы. Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандидата, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.</p>	6	<p>Чтение и анализ текста. Подготовка сообщений к выступлению на семинаре.</p>	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]
9	Контрольная работа	20	Написание контрольной работы	<p>(3-УК-2.1.) (3-УК-2.2.) (3-УК-2.3.) (У-УК-2.1) (У-УК-2.2) (У-УК-2.3) (Н-УК-2.1) (Н-УК-2.2) (Н-УК-2.3) (3-ПКУВ-1.1.) (3-ПКУВ-1.2.) (3-ПКУВ-1.3.) (У-ПКУВ-1.1.) (У-ПКУВ-1.2.) (У-ПКУВ-1.3.) (Н-ПКУВ-1.1.) (Н-ПКУВ-1.2.) (Н-ПКУВ-1.3.)</p>	[1-4]

ИТОГО	88		
-------	----	--	--

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Не предусмотрены учебным планом

4.2 Учебно-методические и информационные обеспечение дисциплины

4.2.1. Литература

1. Борисова, Е. Г. Язык общественно-политической коммуникации : учебное пособие для магистратуры по специальности «Реклама и связи с общественностью» / Е. Г. Борисова. — Москва : Московский городской педагогический университет, 2012. — 168 с. — 2227-8397. — URL.: <http://www.iprbookshop.ru/26673.html> (дата обращения: 28.08.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
2. Грюнберг, Т. Э. Политические технологии : учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Грюнберг. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. - 272 с. - ISBN 978-5-7567-0952-0. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1039448> (дата обращения: 28.08.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
3. Ендокимов В. А. Массмедиа как сфера применения политических технологий : учебное пособие / В. А. Ендокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 230 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — URL: <http://znanium.com/catalog/product/899759> (дата обращения: 28.08.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
4. Забурдаева, Е. В. Политическая кампания: стратегия и технологии : учебник / Е. В. Забурдаева. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 343 с. - ISBN 978-5-7567-0647-3. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1038294> (дата обращения: 28.08.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

4.2.2 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета, СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности, международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающимся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

1. Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. — Сочи, [2017-]. — URL: <http://lib.sgu.ru/> (дата обращения 10.07.2019). — Текст : электронный.
2. ScienceDirect : полнотекстовая база данных / издательство Elsevier. — URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 10.07.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
3. SpringerNature : полнотекстовая база данных / Springer Nature Switzerland AG, Part of Springer Nature. — URL: <https://link.springer.com/> (дата обращения: 10.07.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.
4. IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «www.iprbookshop.ru». — Саратов, [2010-]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> (дата обращения: 10.07.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст : электронный.

5. Znanium.com : электронно-библиотечная система / ЭБС Znanium.com; ООО «Научно-издательский центр Инфра-М». – Москва, [2011-]. – URL: <http://znanium.com/> (дата обращения: 10.07.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ. – Москва, [2004-]. – Режим доступа: <https://nleeb.ru> (дата обращения: 28.08.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

7. Polprof.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система / Г. Вачнадзе; ООО «ПОЛПРОФД Справочник». – Москва, [1997-]. – URL: <http://polprof.com/> (дата обращения: 10.07.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

8. КонсультантПлюс : справочно-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, [1997-]. – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

9. КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итгос». – Электрон. дан. – Москва, [2014-]. – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 10.07.2019). – Текст : электронный.

10. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Москва, [2000-]. – URL: <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 10.07.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ

Зав. библиотекой



Мясина Е. С.

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме оценки выступлений на практических занятиях (семинарах, коллоквиумах, дискуссиях); курсовой работы, промежуточный контроль в форме экзамена.

Содержание промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО 3++.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- вопросы семинарских заданий текущего контроля знаний по дисциплине;
- вопросы дискуссии;
- вопросы коллоквиума;
- вопросы к зачету с оценкой.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ЗАЧЕТА С ОЦЕНКОЙ.

1. Сущность понятия «политика».
2. Public Relations в политической сфере как специфический вид деятельности организаторов связей с общественностью.
3. Основные направления связей с общественностью в политической сфере.
4. Особенности применения системы RACE в политической сфере.
5. Конституционно-правовые основы деятельности органов государственной власти и местного самоуправления в Российской Федерации.

6. Деятельность службы связей с общественностью в системах государственной службы и местного самоуправления: общая характеристика и методика организации.
7. Особенности деятельности и структура службы связей с общественностью в федеральных и региональных органах государственной власти.
8. Деятельность службы PR в представительных органах местного самоуправления.
9. Служба связей с общественностью в исполнительных органах местного самоуправления: основные направления и структура.
10. Методика подготовки и проведения личного приема и встреч должностного лица местного самоуправления с локальными группами населения.
11. Политические партии, общественно-политические объединения и движения: общая характеристика и особенности деятельности.
12. Деятельность службы связей с общественностью политических партий.
13. Основные направления и методика работы службы PR на стадиях формирования становления и активной деятельности партийно-политических структур.
14. Служба связей с общественностью в молодежных, женских, национальных и иных «профильных» общественно-политических организациях.
15. Избирательное право, избирательная система в Российской Федерации.
16. Основные этапы избирательного процесса.
17. Политический маркетинг: сущность понятия и методологические принципы организации.
18. Деятельность службы связей с общественностью в избирательной кампании.
19. Организационно-методические основы деятельности службы связей с общественностью на стадиях завоевания и удержания власти на федеральном и региональном уровнях.
20. Особенности работы службы PR на муниципальных выборах.
21. Методика организации мониторинговых социологических исследований и опросов на различных этапах избирательного процесса.
22. Работа службы связей с общественностью со средствами массовой информации.
23. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-релиза.
24. Имидж как категория Public Relations.
25. Имидж политического деятеля.
26. Служба PR и формирование имиджа политического деятеля.
27. Организационно-методические принципы деятельности службы связей с общественностью в политической сфере.
28. Место PR в современной политике.
29. Политическое консультирование. Качества политического консультанта.
30. Политический менеджмент. Политический маркетинг.

31. Политический PR и функции массовой коммуникации.
32. Генеральная схема массовой коммуникации (коммуникатор, аудитория, коммуникационное сообщение).
33. «Формулы» психологического воздействия.
34. Медиапланирование и управление.
35. Сущность имиджа, имиджевые характеристики. Технологии формирования имиджа.
36. Персональный имидж, типология имиджа. Имидж политика, «перформанс», имиджевая легенда, типажи, технологии защиты имиджа.
37. Стратегия конструирования имиджа и политика информационной открытости. Инструментарий имиджмейкера.
38. Менеджмент новостей. Профессия «спин-доктор». Механизмы управления новостной информацией.
39. Приемы конструирования новостной информации и ее продвижение.
40. «Черный» и «разноцветный» PR в политике.

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, решают практические задачи по указанию преподавателя, усваивают и повторяют основные понятия. Практические занятия и самостоятельная работа студентов осуществляются в соответствии с графиком проведения занятий и самостоятельной работы студентов.

Чтение лекций построено на непосредственном обращении к студентам, живом общении, вовлечении студентов в обсуждение спорных вопросов. Лекционный материал выдается в мультимедийной форме с использованием презентаций и учебного видеоматериала. Темы практических занятий не дублируют содержание лекций, поэтому подготовка к ним является самостоятельной, творческой работой студентов с первоисточниками, документами и пособиями. На первом занятии по дисциплине каждый студент получает индивидуальное задание для выполнения исследовательской работы, которая докладывается и обсуждается на практическом занятии.

Самостоятельная работа студентов включает изучение рекомендованной литературы при подготовке к практическим занятиям.

В качестве контрольно-развивающих форм обсуждения рассматриваемых на занятии вопросов, устный опрос, тестирование, подготовка и презентация индивидуальной темы доклада.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

При подготовке к коллоквиуму по теме, указанной преподавателем, студент должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 7-10 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения основной и дополнительной литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания курсовой работы, проекта, реферата;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для курсового проектирования;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой различных видов самостоятельной работы

5.3 Особенности преподавания дисциплины

Преподавание дисциплины ведется с применением элементов следующих видов образовательных технологий: лекционные занятия, практические, самостоятельная работа

Методами изучения дисциплины являются: чтение лекций с разбором проблемных ситуаций, организация дискуссий при разборе конкретных ситуаций, самостоятельное изучение вопросов по темам дисциплины. Способами изучения дисциплины являются: участие студентов в решении проблем при прослушивании лекций, подготовка по вопросам к практическим занятиям, участие в дискуссии при обсуждении проблемных ситуаций.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

5.4.1. Лекционные занятия: комплект электронных презентаций, видеоряд учебных фильмов, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

5.4.2. Практические занятия: презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

5.4.3. Мультимедийные средства

5.4.4. Стандартное лицензионное программное обеспечение

Microsoft Windows 7 Professional, 8 Pro, 8.1 Pro, 10 Pro

Лицензионный договор №0318100046815000032-0003440-01 (08/16д) от 13.01.2016. Срок действия – бессрочная лицензия.

Лицензионный договор №0318100046815000030-0003440-01 (06/16гпд) от 13.01.2016. Срок действия – бессрочная лицензия.

Лицензионный договор №ВК01492/2892 (163/16д) от 05.04.2016. Срок действия – 05.04.2019.

Microsoft Office Professional Plus 2007, 2010, 2013, 2016.

Состав продукта:

Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Outlook, Microsoft Publisher, Microsoft Access, Microsoft OneNote, Microsoft InfoPath.

Лицензионный договор №0318100046815000028-003440-01 (04/16-гпд) от 12.01.2016. Срок действия – бессрочная лицензия.

Лицензионный договор №0318100046815000029-003440-01 (05/16-гпд) от 13.01.2016. Срок действия – бессрочная лицензия.

Формулировки для внесения изменений в пункты РПД

5.3 Особенности преподавания дисциплины

Проведение всех видов занятий (лекционные, практические, лабораторные и т.д.) при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, в том числе: Skype, Zoom, Big Blue Button, Moodle, WhatsApp.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль «Реклама и связи с общественностью» в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Политический PR»

дисциплины (модуля) части, формируемой участниками образовательных отношений.

УФО

Составители аннотации – Шуванова Виктория Петровна, ст.преподаватель
 кафедры Общей психологии и социальных коммуникации



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	108/3
Цель изучения дисциплины	Рассмотрение проблем связей с общественностью в политической сфере, в частности технологии организации избирательных кампаний, способов изучения избирательного рынка, методик конструирования имиджа политических лидеров и партий, коммуникативных стратегий в политической кампании. В процессе изучения студенты должны усвоить особенности политического PR и рекламы, зарубежной и отечественной теории и практики избирательных кампаний; овладеть приемами и методами конструирования политического имиджа.
Содержание дисциплины	<p>Тема 1. Технологии коммуникации в политической сфере. Формирование структуры, планирование и методика организации деятельности службы PR при решении политических задач.</p> <p>Тема 2. Содержание деятельности, структура службы PR и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти.</p> <p>Служба PR в избирательной кампании. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-резюме.</p> <p>Тема 3. Взаимодействие и разграничение полномочий пресс-служб и служб связей с общественностью в сфере политики. Этика отношений с прессой.</p> <p>Координация действий и коммуникации как условие успешной деятельности службы PR в политической сфере.</p> <p>Тема 4. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественностью в политической сфере. Система контроля за реализацией программ и планов.</p> <p>Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью при решении политико-управленческих задач.</p> <p>Тема 5. Методологические принципы и организационные приемы формирования оптимальной структуры службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня.</p> <p>Тема 6. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы PR и особенности их реализации в политической сфере.</p> <p>Тема 7. Служба связей с общественностью в информационно-</p>

	<p>аналитическом сопровождении избирательной кампании.</p> <p>Постановка задач и выбор методов их реализации на стадии завоевания и удержания политической власти.</p> <p>Тема 8. Служба PR и муниципальные выборы. Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандидата, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.</p>
Формируемые компетенции (коды)	<p>УК-2. Способен определить круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>ПКУВ-1. Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p>
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	<p>УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты</p> <p>УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ</p> <p>УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта; а также может рассчитать ресурсные затраты</p> <p>ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p> <p>ПКУВ-1.2. Использует теория, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	<p>Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью, Основы проектной деятельности, Правоведение, Профессионально-ознакомительная практика, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью, Социальная психология в рекламе и связях с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью.</p>
Образовательные технологии	<p>лекции, практические работы, самостоятельная работа студента.</p>
Формы текущего контроля успеваемости	<ul style="list-style-type: none"> - семинарские задания; - дискуссия; - коллоквиум.
Форма промежуточной аттестации	<ul style="list-style-type: none"> - зачет с оценкой

Зав. кафедрой Общей психологии
и социальных коммуникаций



И.Б. Шуванов