

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Нигматуллина Танзиля Алтафовна

Должность: Директор

Дата подписания: 11.02.2025 15:33:40

Уникальный программный ключ:

72a47dccbea51ad439ebc42366ed030bf219f69a



**Образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ
ОТНОШЕНИЙ»**



**БАШКИРСКИЙ ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ (филиал)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.06.01 ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПИАР**

Направление подготовки
41.03.04 Политология
(код и наименование направления подготовки)

Профиль (программа) подготовки
Политология
(направленность (профиль) (уровень бакалавриата))

Квалификация выпускника
Бакалавр

1. Целью дисциплины является:

- *формирование профессиональной(ых) компетенции(й):*
 - Способен работать в рамках политологического (политического) проекта в качестве исполнителя и руководителя нижнего звена (ПК-3).

Индикаторы достижения

ПК-3.1. Выполняет организационно-технические функции и вспомогательные задачи (сбор и систематизация необходимой информации, анализ исходных данных, оформление предварительной заявки, включая технические задания для исполнителей) в ходе реализации политологического (политического) проекта под руководством опытного специалиста.

ПК-3.2. Принимает участие в разработке плана реализации политологического (политического) проекта, с последующей оценкой ожидаемого результата проекта и затрачиваемых ресурсов.

ПК-3.3. Готовит пояснительные записки в процессе реализации политологического (политического) проекта.

ПК-3.4. Готовит отчетную документацию по итогам реализации проекта, участвует в защите политологического (политического) проекта.

2. Трудоемкость учебной дисциплины зафиксирована учебным планом соответствующей основной профессиональной образовательной программы, выражается в зачетных единицах. Одна зачетная единица равна 36 академическим часам продолжительностью 45 минут (27 астрономическим часам по 60 минут) и включает часы контактной работы и часы самостоятельной работы студента, в том числе часы, отводимые на процедуры контроля и подготовку к ним.

3. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей;
- методики планирования PR-кампаний в политической сфере, во время и вне избирательного процесса и осуществлять мероприятия по данным направлениям;
- базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере политического PR;

Уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, давать аргументированные ответы;
- осуществлять профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации;
- участвовать в проектировании в области деятельности по связям с общественностью;

- организовать и провести маркетинговое и социологическое исследование с целью изучения общественного мнения, повышения имиджа и конкурентной позиции PR-субъекта;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках политических PR-кампаний.

Владеть:

- терминологическим аппаратом пиар-технологий;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Политический пиар» относится к вариативной части учебного плана.

5. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Тема 1. Функции PR в политической сфере.	Формы PR в политической сфере Пропаганда и PR. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России. Функции PR в политической сфере. Организационная роль и функции PR. История и современность: пропаганда и PR. Формы PR в политической сфере. PR и пропаганда: национальные особенности в политической системе Российской Федерации. PR в контексте формирования национальной идеологии. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.
2.	Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях.	PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура. Общие принципы деятельности, ресурсы и статус PR-отделов в органах государственной власти и управления. Основные цели и направления деятельности на федеральном, региональном и местном уровнях. Методы и технологии взаимодействия с целевыми группами. Организационные формы: пресс-служба, пресс-центр, информационно-аналитический центр, комитет по связям с общественностью. Особенности работы PR-отделов в органах законодательной, исполнительной и судебной власти. PR-деятельность в сфере местного самоуправления. Специфика деятельности PR-отдела в некоммерческом секторе. Фандрайзинг. Роль PR в укреплении социального партнерства.

3.	Тема 3. PR как профессия. Функции PR-менеджера.	PR как профессия. Функции PR-менеджера (имиджмейкер, спичрайтер, пресс-секретарь). Имиджмейкер. Спичрайтер. Пресс-секретарь. Формы и методы работы со СМИ. Особенности теле- и радиоаудитории. Факторы влияния на телезрителя. Особенности заказного интервью. Предвыборное выступление. Манипулятивные приемы политической пропаганды.
4.	Тема 4. Управление PR-деятельностью в политике.	Управление PR-деятельностью в политике. Коммуникативное пространство и его организация. Технологии искусства раскрутки кандидата. Слухи как часть PR-кампании (типы, причины возникновения, механизмы распространения, управление).
5.	Тема 5. Политические PR-кампании.	Политические PR-кампании: понятие, сущность, типология. Виды, модели и стратегии кампании. Политический маркетинг. Выбор кандидата. Партийные прогнозы. Общественная ситуация. Реальные прогнозы. Проблемы асимметрии партийных и реальных прогнозов.
6.	Тема 6. Приемы политической популяризации в PR-практике.	Приемы политической популяризации в PR-практике. Факторы, влияющие на формирование политического имиджа. Имиджевые характеристики. Технологии популяризации кандидата. Создание рекламного модуля. Правила подготовки ТВ-ролика. Факторы влияния на телезрителя. Приемы и методы противодействия дискредитации ("грязным" технологиям). Продвижение известного (нового) кандидата.
7.	Тема 7. Новые коммуникационные технологии в политическом PR.	Новые коммуникационные технологии в политическом PR. Современные технологии предвыборной борьбы. Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.
8.	Тема 8. Политические кризисы и PR.	Политические кризисы и PR. Кризис и общественные отношения. Политический кризис, его основные признаки и характеристики. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом. Роль PR-технологий расширения общественного диалога.
9.	Тема 9. Этические и правовые нормы в PR-деятельности.	Этические и правовые нормы в PR-деятельности. Этика и ответственность в PR. Национальные традиции и политическая корректность. Этическая, правовая и политическая ответственность. Нравственность выбора кандидата. Выражение воли народа или политическая манипуляция. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа (предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Функции PR в политической сфере.

Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях.

Тема 3. PR как профессия. Функции PR-менеджера.

Тема 4. Управление PR-деятельностью в политике.

Тема 5. Политические PR-кампании.

Тема 6. Приемы политической популяризации в PR-практике.

Тема 7. Новые коммуникационные технологии в политическом PR.

Тема 8. Политические кризисы и PR.

Тема 9. Этические и правовые нормы в PR-деятельности.

Рекомендуемая тематика учебных занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, коллоквиумы и иные аналогичные занятия):

Тема 1: Функции PR в политической сфере

Вопросы для обсуждения:

1. Формы PR в политической сфере

2. Пропаганда и PR.

3. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.

4. Функции PR в политической сфере.

5. Организационная роль и функции PR.

6. PR и пропаганда: национальные особенности в политической системе Российской Федерации.

7. Современные политические избирательные

8. кампании и технологии.

Тема 2: PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях

Вопросы для обсуждения:

1. Общие принципы деятельности, ресурсы и статус PR-отделов в органах государственной власти и управления.

2. Основные цели и направления деятельности на федеральном, региональном и местном уровнях.

3. Методы и технологии взаимодействия с целевыми группами.

4. Организационные формы: пресс-служба, пресс-центр, информационно-аналитический центр, комитет по связям с общественностью.

5. Особенности работы PR-отделов в органах законодательной, исполнительной и судебной власти.

Тема 3: PR как профессия. Функции PR-менеджера

Вопросы для обсуждения:

1. Функции PR-менеджера.

2. Имиджмейкер. Спичрайтер. Пресс-секретарь.

3. Формы и методы работы со СМИ.
4. Особенности теле- и радиоаудитории. Факторы влияния на телезрителя. Особенности заказного интервью.
5. Предвыборное выступление.
6. Манипулятивные приемы политической пропаганды.

Тема 4: Управление PR-деятельностью в политике

Вопросы для обсуждения:

1. Управление PR-деятельностью в политике
2. Коммуникативное пространство и его организация.
3. Технологии искусства раскрутки кандидата.
4. Слухи как часть PR-кампании (типы, причины возникновения, механизмы распространения, управление).

Тема 5: Политические PR-кампании

Вопросы для обсуждения:

1. Политические PR-кампании: понятие, сущность, типология.
2. Виды, модели и стратегии кампании.
3. Политический маркетинг.
4. Выбор кандидата.
5. Партийные прогнозы.
6. Общественная ситуация.

Тема 6: Приемы политической популяризации в PR-практике

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы, влияющие на формирование политического имиджа.
2. Имиджевые характеристики.
3. Технологии популяризации кандидата.
4. Создание рекламного модуля.
5. Правила подготовки ТВ-ролика.
6. Факторы влияния на телезрителя.

Тема 7: Новые коммуникационные технологии в политическом PR

Вопросы для обсуждения:

1. Современные технологии предвыборной борьбы.
 2. Технологии популярности. Эффективность источника информации.
 3. Легитимизация информации (слухов).
 4. Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации).
- Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации

Тема 8: Политические кризисы и PR

Вопросы для обсуждения:

1. Кризис и общественные отношения.
2. Политический кризис, его основные признаки и характеристики.
3. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом.
4. Роль PR-технологий расширении общественного диалога.

Тема 9: Этические и правовые нормы в PR-деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Этика и ответственность в PR.
2. Национальные традиции и политическая корректность.

3. Этическая, правовая и политическая ответственность.
4. Нравственность выбора кандидата.
5. Выражение воли народа или политическая манипуляция.
6. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR.

Требования к самостоятельной работе студентов по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины «Политический пиар» направлена на решение следующих задач:

- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических PR-кампаний;
- Научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения политических PR-кампаний;
- уметь использовать в практической работе полученные знания; –
- совершенствовать современные теоретические и методологические представления Связей с общественностью в политической сфере.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при текущей аттестации студента. При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д. Несомненно, умение анализировать юридические источники, работать с литературой, навыки поиска, обработки и оформления необходимой информации, способность обосновывать собственную позицию помогут студенту в дальнейшей самостоятельной учебной и научной работе.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

Примерная тематика рефератов для самостоятельных работ

1. Различные подходы к рекламе как явлению в контексте культуры, политике и экономики.
2. История развития определенного вида рекламы (по выбору студента).
3. Федеральный закон "О рекламе". Ненадлежащая реклама (разбор конкретных примеров).
4. Средства рекламы. Элементы средств рекламы.
5. Теле- и радиореклама.
6. Реклама в прессе: динамика развития.
7. Печатная реклама: особенности визуальной подачи.
8. Наружная реклама, реклама на транспорте: эффективность и уместность.
9. Интернет-реклама. Особенности финансовой и социальной рекламы. Брендинг.
10. Рекламное агентство и его функции.
11. Рекламодатель и продукт.
12. Планирование рекламной работы организации, фирмы, политической партии.
13. Рекламные кампании. Планирование и модели проведения рекламных кампаний.
14. Медиапланирование в структуре обеспечения рекламного воздействия.
15. Целевая аудитория рекламной кампании. Способы измерения аудитории
Преимущества и недостатки отдельных рекламоносителей.
СМИ. медиасредств как
16. Показатели эффективности размещения рекламы.
17. Оценка эффективности рекламы.
18. Явление износа рекламы.
19. Основные принципы и приемы построения композиции рекламы.
Слоган. Фирменный стиль. Дизайн рекламы. Поиск творческой идеи.
Использование цвета в рекламе.
20. Модель мнимого коммуникатора.
21. Стереотипы ролей, игры в рекламе. Эффект суггестии в рекламе.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы:

лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

6. Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах.

Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения.

Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться посредством электронной информационно- образовательной среды института с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 127 с. — ISBN 978-5-238-01830-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81729.html> . — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 718 с. — ISBN 5-238-01059-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81816.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

дополнительная литература:

1.Макрищева Анна Владимировна, Политический пиар в блогосфере: примеры, возможности, перспективы ГАОУ ВО МГПУ, 2017.

2.Коммуникационный менеджмент : учебное пособие / составители С. В. Кардинская. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102916.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102916>

8. Перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и интернет - ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

Приложение: Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Учебные программы: Консультант Плюс, SmartBoard,

Notebook Soft Ware – SMART Notebook 10, Интернет-тренажер,

Система тестирования АСТ

9. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дисциплины:

Для проведения занятий лекционного типа используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой.

Лекционные и практические занятия проводятся в аудиториях, оснащенных презентационным оборудованием (компьютер, имеющий выход в Интернет, мультимедийный проектор, экран, акустические системы), доской, рабочими учебными столами и стульями.

При необходимости занятия проводятся в компьютерных классах, оснащенных доской, экраном, рабочими учебными столами и стульями, персональными компьютерами, объединенными в локальные сети с выходом в Интернет, с установленным лицензионным программным обеспечением, с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием (мультимедийный проектор, акустическая система и пр.).

Для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации достаточно специальных помещений (учебных аудиторий), оборудованных специализированной мебелью (для обучающихся) меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

10. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;

- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- компьютерные симуляции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- деловые и ролевые игры;
- круглые столы;
- групповые дискуссии и проекты

11. Требования к промежуточной аттестации и оценочные материалы для ее проведения

Промежуточная аттестация выполняется в форме экзамена.

Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в форме вопросов для зачета с оценкой. Примерные вопросы, задания, темы рефератов для проведения промежуточной аттестации по дисциплине и критерии оценивания представлены на сайте (<https://ufabist.ru/sveden/education/eduop/>)

В полном объеме оценочные материалы хранятся на кафедре, реализующей данную дисциплину.

Разработчик:

Старший преподаватель кафедры Иксанов Р.А.