

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 09:53:29
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a98dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Филологический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Политический PR» входит в программу «Реклама и связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в семестре курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 8 разделов и 8 тем и направлена на изучение приемов и методов создания стратегического образа и имиджа политика, партии.

Целью освоения дисциплины является приобрести навыки разработки рекламных носителей политического стратегического образа, планированию и разработке стратегий и тактик избирательных политических PR – кампаний.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Политический PR» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
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 Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними; УК-2.2 Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта;
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов;
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;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Политический PR» относится к .

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Политический PR».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен определять круг задач в рамках	Профессионально-ознакомительная практика;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>Основы маркетинга; Политология; Основы менеджмента; Основы экономики; <i>Технологии производства развлекательных программ на ТВ**;</i> <i>История русского искусства**;</i> <i>Профессиональная этика**;</i> Основы интегрированных коммуникаций в PR; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Деловой этикет; Правоведение; Обучение служением;</p>	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<p>Философия; Политология; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Второй иностранный язык (практический курс); Основы теории коммуникации; Имагология; Производственные процессы в СМИ; Правоведение;</p>	<p>Преддипломная практика; Политическая реклама; Антикризисное управление;</p>
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>Введение в специальность; Основы маркетинга; Философия; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью; Media relations; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p>	<p>Преддипломная практика; Основы брендинга; Копирайтинг в рекламе и PR; Антикризисное управление;</p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в курс. Его задачи и структура.	1.1	Понятия, предмет, содержание связей с общественностью в политике. Субъекты, объекты, статус и терминология курса.	ЛК, СЗ
Раздел 2	История связей с общественностью в России и за рубежом.	2.1	PR как вид деятельности и как профессия.	ЛК, СЗ
Раздел 3	PR как вид деятельности и как профессия.	3.1	Современные партии и процессы партийного строительства.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Политический менеджмент. Политический маркетинг. Политический PR как технология.	4.1	Политика как информационная деятельность. Организационный PR – основа политического менеджмента.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Виды коммуникации. Общая схема массовой коммуникации. Коммерческая и политическая коммуникация.	5.1	Политический PR и политическая реклама как коммуникация.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Политический PR и политическая реклама как коммуникация.	6.1	Технологии и методы в политическом PR.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Имидж, типаж и стратегический образ в политическом PR.	7.1	Архетипы, прототипы, мифы, символы, харизмы.	ЛК, СЗ
Раздел 8	«Теневой кабинет» в классической политологии и в организационной структуре избирательной команды.	8.1	Стратегическая цель, стратегия и тактика избирательной кампании.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий	

	семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Забурдаева Елена Владимировна. Политическая кампания. Стратегии и технологии. Издательство: Аспект Пресс. 2020
2. Егорова-Гантман Е. Политическое консультирование.- М.: Никколо –М, 2019

Дополнительная литература:

1. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. –М.: ИВЦ «Маркетинг», 2021
2. Фархад Ильясов. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М.: ИМА-Пресс

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Политический PR».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Еременко Елизавета Александровна <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	------------------------------------------------------------------

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович [М]](вн. совм.) Заведу <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
----------------------------	----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович <hr/> <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	-------------------------------------------------------------