

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 17:08:03

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(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):

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Политический PR» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 36 тем и направлена на изучение методов и техник воздействия на общественное мнение и формирование имиджа политических лидеров, партий и государственных структур в целях достижения политических целей.

Целью освоения дисциплины является формирование представления у обучающихся о политическом PR, формах и методах его осуществления, принципах организации и проведения PR-кампаний, взаимодействия политической власти с социальными и политическими институтами, а также особенностей репрезентации субъектами политической коммуникации своей деятельности с различным группам общественности.

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)
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	исследований для планирования рекламной или PR-кампании	планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Политический PR» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

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*
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Основы права; Философия; Политология; Имидж регионов мира; Теория и практика массовой информации; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Подготовка творческих работ к конкурсам;	Преддипломная практика;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	1-я производственная практика; 2-я производственная практика; Введение в специальность; История рекламы и связей с общественностью; Основы менеджмента;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</p> <p>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в PR;</p> <p>Управление человеческими ресурсами;</p> <p>Информационные технологии в рекламе и PR;</p> <p>Теория и практика массовой информации;</p> <p>Психология рекламы и PR;</p> <p>Технологии PR-мероприятий;</p> <p><i>PR в современном мире**;</i></p> <p><i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**;</i></p> <p><i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</i></p> <p><i>Разработка рекламной идеи**;</i></p> <p><i>Реклама в современном мире**;</i></p> <p><i>Организация работы отделов рекламы**;</i></p> <p><i>Организация работы PR-отделов**;</i></p> <p><i>Креативные коммуникации**;</i></p> <p><i>Современные технологии презентации**;</i></p> <p><i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i></p>	
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>Основы маркетинга;</p> <p><i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</i></p> <p><i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i></p> <p><i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i></p> <p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</p> <p>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в PR;</p> <p>Информационные технологии в рекламе и PR;</p> <p>Маркетинговые исследования;</p> <p>Технологии PR-мероприятий;</p> <p><i>Событийный маркетинг**;</i></p> <p><i>Разработка нового продукта**;</i></p> <p><i>Креативные стратегии**;</i></p> <p><i>Бренд-коммуникации**;</i></p>	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> <i>Спичрайтинг**;</i> 2-я производственная практика; 1-я производственная практика;</p>	
ПК-4	<p>Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании</p>	<p>2-я производственная практика; 1-я производственная практика; Учебная практика; Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Управление человеческими ресурсами; Информационные технологии в рекламе и PR; Теория и практика массовой информации; Психология рекламы и PR; Технологии PR-мероприятий; <i>Организация работы отделов рекламы**;</i> <i>Организация работы PR-отделов**;</i> <i>Практика мультимедийного контента**;</i> <i>Продакт плейсмент**;</i> <i>Знаковые системы в дизайне**;</i> <i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i> <i>Практика социальной рекламы**;</i> <i>Практика цифровых коммуникаций**;</i> <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i> <i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i> <i>История кинематографа**;</i> <i>Развитие креативного мышления**;</i> <i>Имидж территорий**;</i> <i>Бизнес-этикет**;</i> <i>Практика медиакоммуникаций**;</i> <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i> <i>Разработка коммуникационного проекта**;</i> <i>Технологии создания рекламного образа**;</i> Основы дизайна; Основы менеджмента; Основы маркетинга; Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</p>	<p>Преддипломная практика;</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Социология;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Политический PR» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

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 "Политический PR"	1.1	Введение в курс. Задачи и структура политического PR. Обзор теоретической и практической литературы.	ЛК, СЗ
		1.2	История политической рекламы. Политика и политология.	ЛК, СЗ
		1.3	Политическое консультирование и PR.	ЛК, СЗ
		1.4	Политический менеджмент. Политический маркетинг.	ЛК, СЗ
		1.5	Виды коммуникации. Общая схема массовой коммуникации. Коммерческая и политическая коммуникация и их схема.	ЛК, СЗ
		1.6	Роль политического менеджера и избирательной команды в коммуникативном процессе.	ЛК, СЗ
		1.7	Политическая реклама как носитель стратегического образа.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Технологии политического PR	2.1	Политический PR как технология.	ЛК, СЗ
		2.2	Кандидат как главный руководитель внутренней и внешней избирательных команд.	ЛК, СЗ
		2.3	«Теневой кабинет» в классической политологии и в организационной структуре избирательной команды.	ЛК, СЗ
		2.4	Менеджер как организатор избирательной команды.	ЛК, СЗ
		2.5	Главный штаб и его руководитель в структуре избирательной команды.	ЛК, СЗ
		2.6	Информационно-аналитическое управление.	ЛК, СЗ
		2.7	Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании.	ЛК, СЗ
		2.8	Пресс-служба кампании.	ЛК, СЗ
		2.9	Оргмассовое направление в избирательной кампании.	ЛК, СЗ
		2.10	Финансовый и юридический отделы.	ЛК, СЗ
		2.11	Клуб избирателей или публичный штаб избирательной кампании.	ЛК, СЗ
		2.12	Базовые трактовки и определения имиджа в психологии, социологии, политике.	ЛК, СЗ
Раздел 3	PR-технологии в политических процессах	3.1	Имидж и стратегический образ в политическом PR.	ЛК, СЗ
		3.2	Инструментарий и методы изучения электората и кандидата.	ЛК, СЗ
		3.3	Основы, ядро стратегического образа. Социально-политические и социально-психологические составляющие стратегического образа.	ЛК, СЗ
		3.4	Амплуа и типы политического лидера. Этнографические, культурные и политические особенности типажа.	ЛК, СЗ
		3.5	Позитивный и негативный стратегический образ.	ЛК, СЗ
		3.6	Стратегии и технологии построения имиджа.	ЛК, СЗ
		3.7	Примитивные, оптимальные технологии формирования стратегического образа.	ЛК, СЗ
		3.8	Концептуальная основа определения «коммерческая» и «политическая» реклама.	ЛК, СЗ
		3.9	Политическая реклама как коммуникативный	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
		процесс.	
		3.10 История политической рекламы.	ЛК, СЗ
		3.11 Политическая реклама как PR.	ЛК, СЗ
		3.12 Структура политической рекламы. Этапы создания политической рекламы.	ЛК, СЗ
		3.13 Концепция и стратегия избирательной кампании, ее реализация через политическую рекламу.	ЛК, СЗ
		3.14 Формы и виды политической рекламы.	ЛК
		3.15 Маркетинг рекламной кампании.	ЛК
		3.16 Основа политического рекламного продукта. Основные компоненты рекламного продукта и способы его производства.	СЗ
		3.17 Управление и медиапланирование политической рекламной кампанией.	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. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации [Текст/электронный

ресурс]: Учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: КНОРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05842-8 : 908.49. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6268>

2. Кузнецов П.А. Политическая реклама: теория и практика: учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Юнити-Дана, 2017. - 128 с.: ил., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684700>

3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

Дополнительная литература:

1. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. - М.: Никколо М, 2002.

2. Егорова-Гантман Е.В. Политическое консультирование. - М.: Никколо М, 2002.

3. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: Учебник для вузов / Е.В. Забурдаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 343 с.

4. Ольшанский Д.В. Политический PR. - СПб.: Питер, 2003.

5. Полуэктов В.В. От двери к двери. Полевые технологии избирательных кампаний. - М.: Русская панорама, 2002.

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.elsevierscience.ru/products/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!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Политический PR» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Профессор

Должность, БУП

Подпись

Чумиков Александр

Николаевич

Фамилия И.О.

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна

Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.