

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.06.4 Связи с общественностью в политике

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат наук, Никоненко Сергей Андреевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «11» мая 2021 г. Протокол № 7

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «05» июля 2021 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	16
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	19

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-7 Способен использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-7 Способен использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Разрабатывает и реализует коммуникационные продукты в сфере политической рекламы и PR с использованием основных маркетинговых инструментов

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-7 Способен использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		7	8	7	9
1	Как читать фотографию	+		+	
2	Преддипломная практика		+		+
3	Продвижение бренда работодателя	+		+	
4	Тексты средств массовой информации	+		+	

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Связи с общественностью в политике» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Связи с общественностью в политике» изучается в 7 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Контактная работа	32	8
Лекции (Лекции)	16	4
Практические (Практ. раб.)	16	4
Самостоятельная работа (СР)	40	60
Зачет	-	4

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Политический PR	2	1	2	1	8	10	собеседование, опрос
2	PR в избирательном процессе	2	1	2	1	8	16	собеседование, опрос; Собеседование
3	Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-поли тических движениях и избирательных кампаниях	4	1	4	1	8	16	собеседование, опрос; Тестирование
4	Формирование имиджа	4	1	4	1	8	8	собеседование, опрос; Реферат
5	Оценка политических PR кампаний	4	-	4	-	8	10	собеседование, опрос; Тестирование

Тема 1. Политический PR (ПК-7)

Лекция.

Сущность политического PR. Механизмы политического PR. Традиционные приемы политического PR. Спичрайтинг как профессиональная деятельность. Практика политического PR в России. Западный опыт политического PR.

Практическое занятие.

1. Сущность политического PR.

2. Механизмы политического PR.
3. Традиционные приемы политического PR.
4. Спичрайтинг как профессиональная деятельность.
5. Практика политического PR в России.
6. Западный опыт политического PR.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 2. PR в избирательном процессе (ПК-7)

Лекция.

PR в избирательной кампании — это сознательная (системная) организация коммуникации политической фигуры или группы с различными социальнопрофессиональными (целевыми) группами в обществе, направленная на достижение понимания, согласование взаимоприемлемых интересов, привлечение на свою сторону и получение определенных политических, социальных и (или) экономических результатов, главным, но не единственным среди которых является победа на выборах.

Для планирования PR-кампании в избирательном процессе целесообразно воспользоваться широко известной формулой RACE

Research — исследование;

Action — действие: разработка программы и сметы,

Communication — общение: осуществление программы информационнокоммуникативными средствами,

Evaluation — оценка: определение результатов и внесение коррективов в программу.

Практическое занятие.

1. Использование технологий PR в политической рекламе.
2. Работа с политической элитой и лидерами общественного мнения.
3. Работа с командой политика.
4. Взаимодействие с электоратом.
5. Создание информационных поводов.
6. Организация специальных событий и спецпроектов.
7. Встречи с населением.
8. План-график опорных мероприятий кампании с участием политического лидера.
9. Общие и специальные требования к организации публичных мероприятий.
10. Анализ эффективности мероприятий.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 3. Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях (ПК-7)

Лекция.

Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений. Типология партий и общественно-политических движений. Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях. Задачи и процесс проведения избирательных кампаний.

Практическое занятие.

- 1 Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений.
- 2 Типология партий и общественно-политических движений.
- 3 Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях.
- 4 Задачи и процесс проведения избирательных кампаний.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 4. Формирование имиджа (ПК-7)

Лекция.

Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти. Объекты имиджа во властных структурах. Составляющие имиджа. Процесс конструирования имиджа. Информационно-коммуникационное обеспечение имиджмейкинга.

Практическое занятие.

- 1 Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти.
- 2 Объекты имиджа во властных структурах.
- 3 Составляющие имиджа.
- 4 Процесс конструирования имиджа.
- 5 Информационно-коммуникационное обеспечение имиджмейкинга.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 5. Оценка политических PR кампаний (ПК-7)

Лекция.

Организация системы обратной связи кампании. Мониторинговые исследования. Контент-анализ СМИ. Обследование «фокусных» и панельных групп. Методы социологического опроса населения.

Практическое занятие.

1. Организация системы обратной связи кампании.
2. Мониторинговые исследования.
3. Контент-анализ СМИ.
4. Обследование «фокусных» и панельных групп.
5. Методы социологического опроса населения.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Политический PR	собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>5 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>3-4 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	--------------------	-------------------------	----	---

2.	PR в избирательном процессе	собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Собеседование	10	<p>Качество выполнения практического задания для практической подготовки</p> <p>8-10 баллов. Студентом задание выполнено в полном объеме и самостоятельно. При этом задание выполнено рациональным способом. Использован оптимальный набор трудовых действий, умений и знаний, позволяющих решить поставленную задачу.</p> <p>5-7 баллов. Студентом задание выполнено в полном объеме с консультацией преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, но задание выполнено нерациональным способом, допущены несущественные ошибки при выборе необходимых трудовых действий для достижения поставленной задачи.</p> <p>2-4 балла. Студентом задание выполнено с помощью преподавателя. При этом задание понято правильно, но выполнено не полностью или в общем виде, выбор необходимых трудовых действий, умений и знаний вызвал затруднения.</p> <p>0 баллов. Студентом задание не выполнено, трудовые умения не сформированы, знания фрагментарны.</p>

3.	Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях	собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>5 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>3-4 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	
4.	Формирование имиджа	собеседование, опрос	10	<p>Качество выполнения практического задания для практической подготовки</p> <p>8-10 баллов. Студентом задание выполнено в полном объеме и самостоятельно. При этом задание выполнено рациональным способом. Использован оптимальный набор трудовых действий, умений и знаний, позволяющих решить поставленную задачу.</p> <p>5-7 баллов. Студентом задание выполнено в полном объеме с консультацией преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, но задание выполнено нерациональным способом, допущены несущественные ошибки при выборе необходимых трудовых действий для достижения поставленной задачи.</p> <p>2-4 балла. Студентом задание выполнено с помощью преподавателя. При этом задание понято правильно, но выполнено не полностью или в общем виде, выбор необходимых трудовых действий, умений и знаний вызвал затруднения.</p> <p>0 баллов. Студентом задание не выполнено, трудовые умения не сформированы, знания фрагментарны.</p>

		Реферат	15	<p>Реферат – это один из видов научно-исследовательской работы, выполняемой студентом.</p> <p>Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.</p> <p>Новизна текста:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) четкость авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. <p>Степень раскрытия сущности вопроса:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) соответствие содержания теме и плану реферата; б) полнота и глубина знаний по теме; в) обоснованность способов и методов работы с материалом; г) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). <p>Обоснованность выбора источников:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). <p>Соблюдение требований к оформлению:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объему реферата. <p>Критерии оценивания:</p> <p>10-15 баллов – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению.</p> <p>4- 9 балла – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении.</p> <p>Менее 3 баллов – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы.</p> <p>Баллы не начисляются – реферат студентом не представлен.</p>
--	--	---------	----	---

5.	Оценка политических PR кампаний	собеседование, опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Время ответа на вопросы теста составляет 45 минут.</p> <p>Тест содержит 30 вопросов:</p> <p>10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте.</p> <p>9 баллов – студент правильно отвечает на 90% вопросов в тесте.</p> <p>8 баллов – студент правильно отвечает на 80% вопросов в тесте.</p> <p>7 баллов – студент правильно отвечает на 70% вопросов в тесте.</p> <p>6 баллов – студент правильно отвечает на 60% вопросов в тесте.</p> <p>5 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте.</p> <p>4 балла – студент правильно отвечает на 40% вопросов в тесте.</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте.</p> <p>2 балла – студент правильно отвечает на 20% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 10% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 10% правильных ответов – баллы не начисляются.</p>
6.	Посещаемость		10	100% посещаемость
7.	Премиальные баллы		20	<p>Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - подготовленную презентацию – 15 баллов; - участие с докладом на студенческой конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов

8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
9.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Реферат

Тема 4. Формирование имиджа

- 1 Особенности работы с интернет-коммуникациями: работа с социальными сетями
- 2 Внечекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: работа с общественностью и целевыми аудиториями
- 3 Внечекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: работа с внешними организациями
- 4 Внечекорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: организация и проведение специальных мероприятий
- 5 Внутреккорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: характеристика основных внутреккорпоративных мероприятий
- 6 Внутреккорпоративные связи с общественностью в органах государственной власти: издание печатной продукции
- 7 назначение и специфика осуществления PR-проектов в органах государственной власти
- 8 Особенности реализации PR-проектов в органах государственной власти
- 9 Управление формированием персонального имиджа в органах власти
- 10 Планирование деятельности отдела по связям с общественностью в органах власти
- 11 Аналитическая работа отдела по связям с общественностью в органах власти

Собеседование

Тема 2. PR в избирательном процессе

Подготовьте текст по заданному поводу для выступления в различных жанрах: выступление на митинге, обращение с опровержением, поздравление.

собеседование, опрос

Тема 1. Политический PR

1. Сущность политического PR.
2. Механизмы политического PR.
3. Традиционные приемы политического PR.
4. Спичрайтинг как профессиональная деятельность.
5. Практика политического PR в России.

6. Западный опыт политического PR.

Тема 2. PR в избирательном процессе

1. Использование технологий PR в политической рекламе.
2. Работа с политической элитой и лидерами общественного мнения.
3. Работа с командой политика.
4. Взаимодействие с электоратом.

Тема 3. Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях

- 1 Понятие, признаки и общественная роль партий и общественно-политических движений.
- 2 Типология партий и общественно-политических движений.
- 3 Специфика связей с общественностью в партиях и общественно-политических движениях.
- 4 Задачи и процесс проведения избирательных кампаний.

Тема 4. Формирование имиджа

Практическое задание: Подготовьте текст по заданному поводу для выступления на митинге, обращение с опровержением, поздравление.

Тема 5. Оценка политических PR кампаний

1. Организация системы обратной связи кампании.
2. Мониторинговые исследования.
3. Контент-анализ СМИ.
4. Обследование «фокусных» и панельных групп.
5. Методы социологического опроса населения.

Тестирование

Тема 3. Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях

1. Какова история возникновения связей с общественностью как сферы деятельности
 - (?) СО зародились в России в период сталинизма
 - (!) СО зародились в США более ста лет назад
 - (?) СО зародились в Японии двести лет назад
2. Формирование общественного мнения
 - (?) общественное мнение формируется только стихийно
 - (?) общественное мнение фактически не существует, это условная категория
 - (!) общественное мнение можно сформировать целенаправленно
3. Каковы социальные функции СО
 - (!) СО гармонизируют отношения в обществе
 - (?) СО не имеют социальных функций
 - (?) СО – чисто политическое явление
4. Как соотносятся понятия «реклама» и СО
 - (?) они несовместимы
 - (?) СО – вид рекламы
 - (!) СО – разновидность менеджмента, часто использует рекламу для достижения поставленных целей
5. Как соотносятся понятия «маркетинг» и СО
 - (?) они идентичны

(?) не имеют точек соприкосновения

(!) очень близки по содержанию и методам, но имеют свою специфику

6. Является ли сегментирование внешней среды организации функцией специалиста по СО

(?) нет

(?) если он по совместительству является маркетологом – да

(!) да

7. Что означает принцип обратной связи в СО

(?) это понятие техническое

(?) это означает – получить ответ на письмо или статью

(!) это важный принцип получения заинтересованной реакции целевой аудитории в ответ на акцию

8. Имеет ли отношение к СО понятие «социально ответственный бизнес»

(!) да

(?) нет

(?) имеет только в некоммерческой сфере

9. Устные коммуникации в СО (ПР)

(?) это коммуникации по ТВ и радио

(!) это комплекс публичных коммуникаций в рамках ПР-программы

(?) это специально подготовленные коммуникации для презентации или специальных мероприятий

10. Письменные коммуникации в СО (ПР)

(?) это пресс-релиз

(!) все текстовые документы СО (ПР)-кампании

(?) только определенные тексты, которые имеют специальное оформление

Тема 5. Оценка политических PR кампаний

1. Что отличает рекламу от Public Relations?

2. Что предполагает имидж публичного политика?

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-7)

1. Понятие термина «связи с общественностью» в политологии

2. Специфика работы специалиста в области Public Relations в политической сфере

3. Public Relations как основа политического процесса

4. Public Relations: историческая ретроспектива

5. Политический консалтинг и его место в системе связей с общественностью

6. Политический ПР как маркетинговая коммуникация

7. Политический ПР и имиджмейкинг

8. Интегрированные маркетинговые коммуникации

9. Психологические аспекты имиджа политика

10. ПР-структура как компонент организации политического консалтинга

11. Позиционирование

12. Выделение из множества

13. Спин-мастер и технологии связей с общественностью

14. Информационный повод

15. Информационный голод

16. Формирование «повестки дня»

17. «Раскрутка» темы

18. «Удушение» темы

19. Перекручивание темы

20. Психологические особенности работы политического консультанта со СМИ
21. Реклама в избирательных кампаниях: задачи и функции.
22. Политический маркетинг
23. Классификация избирательных технологий
24. Комплекс коммуникаций политического маркетинга
25. Формирование имиджа политика
26. Имиджевые стратегии
27. Правила эффективного построения имиджа
28. Оценка политических рекламных и PR кампаний
29. Деятельность PR-служб.
30. Периодизация этапов становления политических партий в России

Типовые задания для зачета (ПК-7)

1. Предложите удачный, на Ваш взгляд, политический лозунг в рамках избирательной кампании по выборам главы региона в условиях экономической нестабильности.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-7	Знает основы PR - деятельности в политической сфере, мировой и отечественный опыт работы с развитием главных принципов, методов и закономерностей; знает роль политической рекламы и PR в современном политическом процессе; представление об основных принципах и методах проведения кампаний в сфере связей с общественностью; владеют основными технологиями и современными концепциями проведения кампаний в политической сфере; знает коммуникативные особенности политической рекламы, виды и жанровое своеобразие, методы и технологии связей с общественностью в политике; правовые и этические аспекты деятельности в сфере политической рекламы и PR.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-7	Не знает основы PR - деятельности в политической сфере, мировой и отечественный опыт работы, главные принципы, методы и закономерности; не знает роль политической рекламы и PR в современном политическом процессе; не имеет представления об основных принципах и методах проведения кампаний в сфере СО, не знает основные технологии и современные концепции проведения кампаний в политической сфере; не знает коммуникативные особенности политической рекламы, виды и жанровое своеобразие, методы и технологии связей с общественностью в политике; не знает правовые и этические аспекты деятельности в сфере политической рекламы и PR.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью». - 2022-03-26; Политическая реклама. Теория и практика. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Ким, Л. М. Политический маркетинг : учебное пособие. - 2024-05-23; Политический маркетинг. - Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2014. - 246 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/58420.html>
2. Галкина, Е. В., Легенина, Т. Б. Политический менеджмент : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Политический менеджмент. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. - 104 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/66088.html>

6.3 Иные источники:

1. Библиотека научной и учебной литературы - <http://sbiblio.com>
2. ежедневный Интернет-бюллетень «Новости АРТ-сайтов» - <http://www.gif.ru/art>
3. Каталог образовательных ресурсов сети Интернет - www.catalog.iot.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Операционная система Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Официальный сайт Фонда общественного мнения. – URL: <https://fom.ru>
2. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – URL: <https://wciom.ru>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
4. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.