МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета филологии и журналистики
_____ И.А. Солодилова
(подпись, расшифровка подписи)
"30" августа 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в политике»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы
Программа прикладного бакалавриата

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Оренбург 2016

1114629

Рабочая программа дисциплины «*Б.1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в политике***» /сост.**
Ю.В. Кудашова - Оренбург: ОГУ, 2016

Рабочая программа предназначена студентам заочной формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

© Фамилия И.О., 2016
© ОГУ, 2016

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины .....
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы .....
3 Требования к результатам обучения по дисциплине .....
4 Структура и содержание дисциплины .....
4.1 Структура дисциплины .....
4.2 Содержание разделов дисциплины .....
4.3 Практические занятия (семинары) .....
4.4 Контрольная работа (7 семестр) .....
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины .....
5.1 Основная литература .....
5.2 Дополнительная литература .....
5.3 Периодические издания .....
5.4 Интернет-ресурсы .....
5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий .....
6 Материально-техническое обеспечение дисциплины .....
Лист согласования рабочей программы дисциплины .....
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины .....
Приложения:
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в политике» является формирование у студентов комплексного представления о связях с общественностью в политической сфере, о современном политическом рынке, о становлении и развитии политических коммуникаций, политическом имидже, технологиях рекламы и связей с общественностью в политической сфере.

Связи с общественностью (Public Relations, PR,) - одна из наиболее динамично развивающихся сфер деятельности в современном обществе. Современные бизнес, политика, наука, искусство, социально-культурная деятельность и т.д. предполагают эффективное использование PR технологий. Современные политические структуры и политические институты сегодня претерпевают существенные трансформации. Инструменты и технологии рекламы и PR в политической сфере стали главным орудием разнообразных политических кампаний. Государственные структуры активно внедряют в политическую практику технологии PR-коммуникаций, политической рекламы, современные методы общения с гражданским обществом, поддержания контактов с партнерами и оппонентами. С развитием процессов глобализации и массовых информационных потоков возникает потребность в высококвалифицированных специалистах по связям с общественностью, способных реализовывать информационно-аналитические и информационно-коммуникативные технологии в политическом пространстве. Кроме того, политическая-культура, на фоне процессов глобализации, требует от PR-специалистов повышенного внимания к вопросам политических отношений, политических коммуникации и политического имидж, организации и проведения PR-акций и кампаний, PR-сопровождения крупных международных программ и проектов, сотрудничества со СМИ, политического консультирования.

Задачи:

- приобретение студентами знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности по связям с общественностью в политической сфере;
- расширение политологического и профессионального кругозора студентов;
- формирование у студентов научных представлений о сущности политического процесса и современных политических технологиях;
- изучение специфики различных политических процессов, включая избирательный, в современной России;
- изучение современных PR- технологий в политической сфере;
- приобретение студентами навыков применения современных политических технологий, научных и практических знаний и методов, а также информационного, аналитического и организационного обеспечения политического процесса;
- содействие приобретению студентами правовой, проектной и технологической культуры, профессиональных этических рамок.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.25 Технологии управления общественным мнением, Б.1.Б.27 Связи с общественностью в кризисных ситуациях, Б.1.Б.28 Имиджелогия, Б.1.В.ОД.1 Теория и практика рекламы, Б.1.В.ОД.2 Современные международные отношения*

Требования к входным результатам обучения, необходимым для освоения дисциплины

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
Знать: процесс историко-культурного развития человека и человечества; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе; политическую организацию общества **Уметь:** определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции; проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии. **Владеть:** навыками исторического, историко-типологического, сравнительно-типологического анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме; навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории и современного социума	ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
Знать: - базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов; знать основные виды финансовых институтов и финансовых инструментов, основы функционирования финансовых рынков - условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста - знать основы российской налоговой системы **Уметь:** - анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере, - оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для профессиональных проектов; - решать типичные задачи, связанные с профессиональным и личным финансовым планированием - искать и собирать финансовую и экономическую информацию. **Владеть:** - методами финансового планирования профессиональной деятельно-	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
сти, использования экономических знаний в профессиональной практике	
Знать: систему отечественного законодательства; основные положения международных документов и договоров, Конституции РФ, других основных нормативно-правовых документов; механизмы применения основных нормативно-правовых актов; тенденции законотворчества и судебной практики **Уметь:** оперативно находить нужную информацию в международных документах, нормативно-правовых актах, рекомендательных документах, грамотно её использовать; с позиций правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике; анализировать и оценивать законодательные инициативы; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций **Владеть:** навыками применения правовых знаний в текущей профессиональной деятельности	ОК-4 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
Знать: - структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; магистратура, аспирантура); - особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления; - основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития **Уметь:** - корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания); - выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики; - самостоятельно анализировать различные социальные проблемы с использованием философской терминологии и философских подходов **Владеть:** - способностями к конструктивной критике и самокритике. - умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях, - навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, при-	ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
нимать социальные и этические обязательства	
Знать: - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития; **Уметь:** анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств **Владеть:** навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний	ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию
Знать: - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и в мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; **Уметь:** - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять тайм-менеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения; **Владеть:** - навыком работы с большими объемами информации;	ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли - владение методом конкурентного анализа - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире;	
Знать: - деловую этику и принятые профсообществом этические нормы профессии - социологию массовых коммуникаций - основы проектного планирования; основных методов исследований различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.) ; знание морфологии поисковых запросов; знание рынка СМИ, его отраслевых особенностей - знание технологий организации мероприятий - знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ - знание технологий и основных методов оценки целевых и промежуточных результатов работ - знание фотографии и видеосъемки и монтажа. **Уметь:** - ориентироваться в основных принципах этики деловых отношений - умение логически мыслить; умение лаконично и ясно формулировать свои мысли - уметь разрабатывать календарный план, составлять базы данных, кодировать информацию; писать и оформлять отчеты; оценивать эффективность проведенных кампаний - умение применять фото- и видеотехнологии - понимание принципов визуализации данных **Владеть:** – способностью к рефлексии и передаче собственного профессионального опыта; навыки личного брендинга - навыками работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами; навыками количественного и качественного анализа больших массивов текста; работы со специализированным программным обеспечением для обработки данных; работы со средствами визуализации данных; работы с основными офисными программными продуктами; - базовые навыки и знания управления проектами - навыками подготовки корпоративных документов -навыки работы с визуальными элементами	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
Знать: - орфографические, пунктуационных и стилистических нормы и правила русского языка; нормы литературного языка и основы культуры речи, основы интегрированных коммуникаций (рекламы	ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
и связей с общественностью), типы текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, основы литературного редактирования и копирайтинга. - наследие мировой литературы **Уметь:** - ориентироваться в нормах литературного языка и основах культуры речи - анализировать и создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы - осуществлять редакторский анализ и правку текста - ориентироваться в жанрах и направлениях мировой литературы **Владеть:** - навыками быстрого чтения - способностью применять нормы литературного языка и основы культуры речи для анализа текстов. - базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга. - пониманием жанровых закономерностей и правил - навыками корректуры	навыками литературного редактирования, копирайтинга
Знать: - основы тайм-менеджмента, - методы проектного планирования - основ маркетинга - методов работы - знание принципов бюджетирования - знание технологий организации коллективной (командной работы) **Уметь:** - управлять временем - разрабатывать календарный план с учетом имеющихся сроков и ресурсов - умение составлять бюджеты и сметы. - анализировать этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий: медиапланирование, генерация новостного потока, - организовать программу и проекты продвижения первого лица - организовать публичное мероприятие (выставку) - умение сконструировать, собрать проект **Владеть:** - навыками самоорганизации - программами бюджетирования проектов - методами и инструментами медиапланирования - владеть технологиями организации коллективной (командной работы)	ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
- навками организации мероприятий	
Знать: - основ психологии и конфликтологии, юриспруденции. - основ деловой этики - методов и технологий делового администрирования - Знание принципов маркетинговых коммуникаций - знание принципов и технологий взаимодействия со СМИ - Технологий подготовки и проведения презентаций - технологии организации мероприятий, цель которых - коммуникация **Уметь:** - Определять и анализировать среду для коммуникаций - осуществлять тренинг спикера - общаться с клиентами в публичных информационных системах, публичными персонами, лидерами общественного мнения **Владеть:** - навыками работы с аудиторией - навыками организации мероприятий - навыками публичных презентаций и выступлений - владение техниками деловых переговоров - навыками работы с продакшн-компаниями - умением выстраивать коммуникацию с органами государственной власти	ОПК-5 умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
Знать: - основы информационной и библиографической культуры, виды информационно-коммуникационных технологий, основы информационной безопасности - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки - знанать методов аналитической работы с большими объемами информации - знание морфологии поисковых запросов - знание методов работы с открытыми данными (госорганов, коммерч.структур, отраслевых некоммерч. организаций) - знание принципов производственно-экономической деятельности **Уметь:** - использовать знания основ информационной и библиографической культуры, методики информационно-коммуникационных технологий, методы информационной безопасности - производить качественный и количественный анализ публичной информации - готовить аналитический отчет с выводами о коммуникационных угрозах, слабых сторонах, преимуществах и возможностях во взаимодействии с целевыми аудиториями объекта комму- составлять	ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
базы данных - кодировать информацию качественную и количественную - умение логически мыслить **Владеть:** - навыками уместного «подчеркивания» или «ретуширования» специфических особенностей - владение на базовом уровне программами и средствами предоставления визуализации данных. -технологиями работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных. - технологиями работы со специализированными базами СМИ и аналитическими системами.	
Знать: - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков; - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации **Уметь:** - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности;	ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
- создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ; - применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества; осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ. **Владеть:** - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований - готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом - принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе; - навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.	
Знать: - основы рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности - организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей. - современные методы физической культуры и спорта высоких достижений, социально-экономические аспекты использования современных технологий оздоровительно-спортивной деятельности применительно к конкретному человеку; - понятие и концепции маркетинга, основные составляющие маркетинговой деятельности	ПК-9 способностью проводить маркетинговые исследования

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
Уметь: - ориентироваться в сложностях рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности в профессиональной сфере - организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей - ориентироваться в экономических затратах при использовании спортивных и оздоровительных технологий; выявлять проблемы экономического характера при анализе ситуаций в сфере обеспечения спортивным оборудованием; - осуществлять сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование, проектировать службу маркетинга **Владеть:** - готовностью реализовывать рыночно-исследовательскую и прогнозно-аналитическую деятельность в профессиональной сфере - способностью разрабатывать мероприятия по повышению конкурентной позиции организации - специальной профессиональной терминологией, практическими навыками оценки экономических затрат	
Знать: - Объект, предмет, структуру и функции социологической науки; краткую историю развития мировой социологической мысли; основные понятия и категории социологии; специфику социологического подхода к изучению различных социальных явлений, процессов; методы сбора социологической информации; основы методики и техники проведения социологического исследования; объект и предмет социологии массовых коммуникаций как учебной дисциплины; субъекты и объекты массово-коммуникативной деятельности; нормативные принципы и модели функционирования средств массовых коммуникаций; структуру массово-коммуникативной деятельности и ее элементы: коммуникатор, аудитория, массовая информация; специфику массово-коммуникативной деятельности в разных типах общества – тоталитарном, демократическом, переходном; роль массовой информации в деятельности средств массовых коммуникаций; методику исследования массово-коммуникативной деятельности. - социологические методы исследования и технологию их выбора для конкретных целей рекламы и связей с общественностью, особенности применения социологических методов исследования в связях с общественностью - иметь представление о социальной сущности спорта, его возникно-	ПК-10 способностью организовывать и проводить социологические исследования

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
вении, развитии и функционировании как общественного явления **Уметь:** - Оперировать основными социологическими понятиями и категориями; анализировать социальные процессы и явления; систематизировать многообразный социологический материал; различать виды, типы и элементы социологического исследования; выявлять особенности социологического подхода к изучению тех или иных общественных явлений - организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации - применять социологические методы исследования и приемы в связях с общественностью - анализировать и критически оценивать ключевые социальные проблемы **Владеть:** - готовностью к разработке мер по повышению имиджа фирмы, организации на основе результатов социологических исследований - способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации - навыками подготовки и проведения эмпирических социологических исследований	
Знать: - о сложившейся системе лексических, орфоэпических, грамматических норм современного русского языка; - осознавать семантические и коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней; - особенности вида деловой коммуникации, связанного с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов - стилистические ресурсы, необходимые для деловой письменной речи - основы медиапланирования и речевые формы, применяемые в данном процессе - основные принципы анализа информации, - суть и приемы медиаманипулирования. - базовые принципы осуществления коммуникационных кампаний **Уметь:** - уметь анализировать лексические явления современного русского языка; ориентироваться в справочных и нормативных изданиях. - осуществлять вид деловой коммуникации, связанный с написанием	ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
аналитических справок, обзоров и прогнозов - отбирать стилистические ресурсы для написания аналитических справок, обзоров и прогнозов - готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы в сфере медиапланирования. - распознавать информационные «шумы» и приемы медиаманипулирования - ориентироваться в условиях и методах осуществления коммуникационных кампаний **Владеть:** - навыками анализа морфологических форм, синтагм, предложений, сложных синтаксических конструкций навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов как одним из видов коммуникации - навыками написания и правки аналитических справок, обзоров и прогнозов - навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в сфере медиапланирования. - основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в политической, социальной и экономической сферах. - способностью осуществлять коммуникационные кампании	
Знать: базовые модели организации творческого процесса и методики поиска идей для креативной концепции рекламы. **Уметь:** оценивать качество креативных разработок рекламного агентства и выбирать оптимальный вариант для решения конкретной задачи **Владеть:** методиками оценки качества рекламной продукции	ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
Знать: модели восприятия рекламных обращений, основы психологии потребителя и возможности их применения для разработки эффективной рекламы **Уметь:** разрабатывать текст и визуальный ряд «продающей» рекламы **Владеть:** методиками составления креативного брифа	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
Знать: основные этапы процесса разработки и производства рекламного продукта **Уметь:**	ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции ***В таблице оставляются только строки с компетенциями, по которым предварительные результаты обучения должны быть сформированы до начала изучения данной дисциплины. Остальные строки удаляются разработчиком рабочей программы***
- оценивать качество креативных разработок рекламного агентства и выбирать оптимальный вариант для решения конкретной задачи **Владеть:** - технологиями разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы и особенности создания креатива для основных медианосителей	деятельности
Знать: сущность и значение маркетинга и маркетинговых исследований в деятельности предприятий. **Уметь:** разрабатывать маркетинговый план и проводить маркетинговые исследования по различным направлениям **Владеть:** основными стратегиями маркетинга и приемами выявления маркетинговых проблем	ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
Знать: основы моделирования творческо-производственного процесса создания рекламного сообщения **Уметь:** моделировать творческо- производственный процесс создания рекламного сообщения **Владеть:** навыками работы с графическими пакетами программ рекламной графики, методиками копирайтинга и анализа рекламных текстов	ПК-16 способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований	ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и в мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; **Уметь:** - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять тайм-менеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения; **Владеть:** - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли - владение методом конкурентного анализа - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире;	
Знать: - Основы тайм-менеджмента, - методы проектного планирования - основ маркетинга - методов работы - знание принципов бюджетирования - знание технологий организации коллективной (командной работы) **Уметь:** - управлять временем - разрабатывать календарный план с учетом имеющихся сроков и ресурсов - умение составлять бюджеты и сметы. - анализировать этапы планирования коммуникационных кампаний и мероприятий: медиапланирование, генерация новостного потока, - организовать программу и проекты продвижения первого лица - организовать публичное мероприятие (выставку) - умение сконструировать, собрать проект **Владеть:** - навыками самоорганизации - программами бюджетирования проектов - методами и инструментами медиапланирования - владеть технологиями организации коллективной (командной работы) - навыками организации мероприятий	ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
Знать: - основные теоретические подходы к феномену коммуникации возможности их применения в практической деятельности, основные модели коммуникационного процесса, основные виды коммуникации и	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
их специфику; роль ПР-деятельности и рекламы в структуре масс-медиа, включая новейшие информационные каналы; технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - предмет теории аргументации как отрасли научного знания; понятийно-категориальный аппарат теории аргументации; особенности аргументативного дискурса; нормы рационального речевого общения. виды и формы обоснования, логические и психологические основы аргументативного дискурса; - концепции интегрированных коммуникаций в системе маркетинга и менеджмента; виды, средства, формы и методы интегрированных коммуникаций; формы и способы организации коммуникационного процесса в рекламных и PR- кампаниях; принципы построения интегрированных коммуникаций; место и роль интегрированных коммуникаций в современном бизнесе, политике и общественных организациях; основные этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании. **Уметь:** - применять на практике навыки анализа медиатекстов, осуществлять медиапланирование ПР-кампании, решать вопросы, связанные с помехами в процессе, коммуникации выбирать наиболее адекватные ресурсы для размещения, информации оценивать эффективность коммуникационных моделей, - ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - быстро обрабатывать информацию, находить доказательные аргументы в дискуссии; отличать доказательную аргументацию от недоказательной, критиковать позицию оппонента, разоблачать уловки, применяемые в спорах; обосновывать выдвигаемые положения, грамотно вести дискуссию; самостоятельно и убедительно рассуждать и убеждать других; - выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; самостоятельно анализировать рекламные и PR-кампании, выявлять барьеры, препятствующие эффективной коммуникации; ориентироваться в сущности различных разновидностей интегрированных коммуникаций; осуществлять выбор медиаканалов и медианосителей на основе концепции интегрированных коммуникаций; оценивать эффективность рекламных и PR-кампаний; применять методы и технологии интегрированных коммуникаций в профессиональной сфере **Владеть:** - основными навыками, необходимыми современным специалистам в коммуникации. Методами исследования различных медиатекстов, навыками разрешения проблемных коммуникативных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуации;	инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- готовностью создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, поддерживать коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, как на внутреннем, так и на международном уровне - навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссий и полемики, правилами теории аргументации в научных дискуссиях, деловых беседах и переговорах, требованиями обоснованности и убедительности в деловом общении и профессиональной деятельности. - методологией анализа интегрированных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью; базовыми навыками организации и управления эффективной рекламной и PR- деятельностью; технологиями анализа рекламных и PR-кампаний; навыками работы с рекламными и PR-текстами; навыками подготовки технического задания, креативного брифа, брифа на разработку интегрированной коммуникационной кампании; базовыми навыками медиапланирования	
Знать: - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков; - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации **Уметь:** - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности; - создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ;	ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
- применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества; осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ. **Владеть:** - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований - готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом - принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе; - навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.	
Знать: - о сложившейся системе лексических, орфоэпических, грамматических норм современного русского языка; - осознавать семантические и коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней; - особенности вида деловой коммуникации, связанного с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов - стилистические ресурсы, необходимые для деловой письменной речи - основы медиапланирования и речевые формы, применяемые в данном процессе - основные принципы анализа информации, - суть и приемы медиаманипулирования. - базовые принципы осуществления коммуникационных кампаний **Уметь:** - уметь анализировать лексические явления современного русского языка; ориентироваться в справочных и нормативных изданиях. - осуществлять вид деловой коммуникации, связанный с написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов - отбирать стилистические ресурсы для написания аналитических справок, обзоров и прогнозов - готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы в сфере медиапланирования. - распознавать информационные «шумы» и приемы медиаманипулирования - ориентироваться в условиях и методах осуществления коммуникационных кампаний **Владеть:** - навыками анализа морфологических форм, синтагм, предложений,	ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
сложных синтаксических конструкций навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов как одним из видов коммуникации - навыками написания и правки аналитических справок, обзоров и прогнозов - навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в сфере медиапланирования. - основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в политической, социальной и экономической сферах. - способностью осуществлять коммуникационные кампании	

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**9,5**	**9,5**
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: *- выполнение контрольной работы (КонтрР);* *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- выполнение расчетно-графического задания (РГЗ);* *- написание реферата (Р);* *- написание эссе (Э);* *- самостоятельное изучение разделов (перечислить);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к коллоквиумам;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**98,5** +	**98,5**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Пространство политики и политические коммуникации Массовая информационно-коммуникативная система	27	1	1		25
2	Способы организации политического дискурса	27	1	1		25

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3	Политические партии и политическое лидерство. Политический имидж	27	1	1		25
4	Политические PR-кампании и технологии политического PR	27	1	1		25
	Итого:	108	4	4		100
	Всего:	108	4	4		100

4.2 Содержание разделов дисциплины

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Пространство политики и политические коммуникации и массовая информационно-коммуникативная система

Пространство политики. Сущность и структура политической власти. Механизм осуществления политической власти. Понятия эффективности и легитимности власти. Коммуникативные основы политики. Политическая система общества (Понятие, структура, функционирование, типология). Гражданское общество: понятие, структура, функции, типы. Лоббизм как политическая категория и технология связей с общественностью. Правящая элита и ее роль в политике. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики. Информация как основной политический ресурс. Теории политических коммуникаций. Модели политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникативных процессов. Типология политических коммуникаций.

Сущность, типология и формы информационно-коммуникативных полей. Информационно-коммуникативные системы. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникативной системы. СМИ как политический институт. Политические функции СМИ. СМИ в демократическом обществе. Общественное мнение. Политическая культура. Политическое поведение. Электоральное поведение в России.

Раздел 2 Способы организации политического дискурса

Основные подходы к организации политического дискурса: маркетинговый и немаркетинговый подход. Сущность и функции политической пропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий. Агитация. Политический рынок. Политическая реклама и PR. Технологии информационного лоббизма. Целевые аудитории PR в политической коммуникации. Политические партии и объединения как субъекты ПР-деятельности в политических кампаниях. Электорат как аудитория PR в политических кампаниях. Факторы, формирующие политический выбор. Представители СМИ как аудитория PR в политической коммуникации. Правовое регулирование PR- деятельности.

Государство как политический институт. Формы государственной политики. Органы государственной власти РФ. Государство и гражданское общество. Тенденции развития современных государств. Политический режим и его формы. Типология государств по политическому режиму. Ценности и принципы правового, социального государства. Демократическое государство.

Понятие государственной информационной политики. Отношение государства с медиаструктурами. Топологические особенности государственной информационной политики. Имидж государства. Технологии и технические средства обеспечения информационной безопасности.

Раздел 3 Политические партии и политическое лидерство и политический имидж

Избирательная система: сущность, типология выборов. Избирательная процедура, избирательная кампания. Пропорциональная и мажоритарная системы учета и подсчета голосов. Выборы и избирательная система в России. Основные принципы демократических выборов.

Политические партии, партийные системы. Общественно-политические движения. Политические партии в парламенте. Особенности многопартийности в современной России. СМИ в

демократическом обществе. Политический лидер и его функции. Формальные и неформальные лидеры. Традиционные, рационально-легальные и харизматические лидеры. Лидеры авторитарные, либеральные, демократические. Психологические аспекты поведения лидеров. Имидж лидера. Политический популизм. Современные политические идеологии современности.

Особенности, функции, структура и типология политического имиджа. Алгоритм формирования политического имиджа. Технологии формирования политического имиджа. Формирование имиджа партии. Имиджевые стратегии: Дискредитационные технологии и мероприятия по восстановлению имиджа. Технологии групповой и межличностной коммуникации в избирательных кампаниях. Имидж политических лидеров. Имидж Государства. Имидж субъектов РФ. Имиджевые стратегии. Стратегия политического позиционирования.

Раздел 4. Политические PR- кампании и технологии

Политические кампании. Институциональная и правовая база PR в политической сфере. Планирование политических PR-кампаний. RACE как формула деятельности по связям с общественностью. Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей и задач кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательных кампаний и оценка результатов. Политический стереотип как элемент мышления. Исследование политических стереотипов. Социологическое обеспечение избирательных кампаний Анализ округа. Анализ электората. Методы и технологии проведения социологических исследований. Метод фокус-группы. Сегментация электоральной аудитории. Прогнозирование и моделирование политических процессов. Политические рейтинги, технологии формирования. Опросы в сети Интернет. Подходы к анализу политических стереотипов. Медиастратегии в политической кампании. Новостные события в политических кампаниях. Политический PR на телевидении, радио, в прессе. Интернет технологии в политических коммуникациях. Информационные кампании. Понятие информационной войны.

Политическая реклама и информационный лоббизм. Прямая политическая реклама. Политические плакаты. Афиши. Политическая листовка как жанр политической рекламы. Политический портрет. Политический буклет, брошюры. Политическая реклама на телевидении. Политическая реклама на радио. Политическая реклама в сети Интернет. Политическая реклама в прессе. Брендинг как коммуникативная технология политического ПР. Обеспечивающие технологии политических коммуникаций: печатная, полиграфическая продукция. Фото-, кино, видео-материалы, Интернет. Анализ политических брендов.

Коммуникативный потенциал Интернет. Интернет технологии политического PR: блоги, сайты, сетевые ресурсы.

Технологии взаимодействия со СМИ.

Специальные события и мероприятия. Проведение специальных мероприятий - праздников, конкурсов, фестивалей различного уровня как форма PR. Презентации. Конференции, круглые столы, семинары. Церемонии. Акции, выставки, ярмарки.

Спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR. Отличия спонсорства, патронажа и благотворительности, их правовое оформление. Роль и потенциальные выгоды спонсирования. Виды деятельности, предпочитаемые для спонсорской поддержки, а также для благотворительности, причины предпочтений. Требования к договору о спонсорской поддержке. ...

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	3	4
1	1	**Общество и власть. Механизм формирования и функционирования политической власти и информационно-коммуникативные процессы и отношения в политической сфере** 1. Сущность и структура политической власти.	1

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		2. Механизм осуществления политической власти. 3. Понятия эффективности и легитимности власти. 4. Коммуникативные основы политики. 5. Политическая система общества (Понятие, структура, функционирование, типология). 6. Гражданское общество: понятие, структура, функции, типы. 7. Лоббизм как политическая категория и технология связей с общественностью. 8. Правящая элита и ее роль в политике. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики. 9. Информация как основной политический ресурс. 10. Теории политических коммуникаций. Модели политических коммуникаций. 11. Уровни информационно-коммуникативных процессов. 12. Типология политических коммуникаций.	
2	2	**Способы организации политического дискурса** 1. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникативной системы. СМИ как политический институт. 2. Средства массовой информации как политический институт и субъект политической системы 3. Основные подходы к организации политического дискурса: маркетинговый и немаркетинговый подход. 4. Цели и задачи связей с общественностью. 5. Профессиональные кодексы как морально-этическая основа регулирования деятельности специалистов по связям с общественностью в избирательных кампаниях. 6. Целевые аудитории ПР в политической коммуникации. 7. Правовое регулирование ПР- деятельности.	1
3	3	**Политические партии: технологии позиционирования.** 1. Политические партии, партийные системы. 2. Общественно-политические движения. 3. Политические партии в парламенте. 4. Программы политических партий и технологии позиционирования. 5. Политический лидер и его функции. 6. Имидж политического лидера. 7. Современные политические идеологии современности.	1
4	4	**Политические PR- кампании и технологии** 1. Отношение государства с медиаструктурами. 2. Топологические особенности государственной информационной политики. 3. Технологии и технические средства обеспечения информационной безопасности. 4. Избирательные системы и выборы в современной России 5. Избирательная система: сущность, типология выборов. 6. Избирательная процедура, избирательная кампания. 7. Пропорциональная и мажоритарная системы учета и подсчета голосов. 8. Выборы и избирательная система в России. Основные принципы демократических выборов.	1

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		9. Политические PR-кампании и технологии	
		Итого:	4

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754

Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. -
URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035

Теория и история политических институтов : учебник / Санкт-Петербургский государственный университет ; под ред. О.В. Поповой. - СПб. : Издательство Санкт-Петербургского Государственного Университета, 2014. - 344 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-288-05535-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458120

5.2 Дополнительная литература

Дискурсивные практики современной институциональной коммуникации : коллективная монография / Л.В. Куликова, С.Б. Белецкий, Н.Г. Бурмакина и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет ; науч. ред. Л.В. Куликова. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2015. - 182 с. : табл., ил. - Библиогр.: с. 154-164. - ISBN 978-5-7638-3160-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435601

Клюев, Ю.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия : монография / Ю.В. Клюев ; науч. ред. Д.П. Гавра. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 263 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6021-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434684

Мухаев, Р.Т. Основы социологии и политологии : учебник / Р.Т. Мухаев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 496 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 5-238-01087-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116762

Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719

Гаджиев, К.С. Политология : учебник / К.С. Гаджиев. - 2-е изд., перераб. и дополн. - М. : Логос, 2011. - 216 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 987-598704-498-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84981

Мечет, О.М. Особенности развития системы массовой информации в постсоветской России / О.М. Мечет. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 113 с. - ISBN 978-5-504-00781-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140263

Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие / Шарков Ф.И. Издательство: Дашков и К - М, 2010 ISBN: 978-5-394-00783-5 Гриф: гриф УМО Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/5247.html

Будаев, Э.В. Метафора в политической коммуникации : монография / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. - 2-е изд., стер. - М. : Флинта, 2012. - 248 с. : ил. - Библиогр.: с. 171-213. - ISBN 978-5-9765-0275-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364286

Проблемы государственной политики регионального развития России: Материалы Всероссийской научной конференции (Москва, 4 апреля 2008 г.) : сборник докладов / под ред. С.С. Сулакшина, Н.К. Пак, Ю.А. Зачесовой, О.А. Середкиной и др. - М. : Научный эксперт, 2008. - 1080 с. - ISBN 978-5-91290-025-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=78264

Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью [Текст] : теория и технологии: учеб. для вузов / В. Ф. Кузнецов; Ин-т гуманитар. образования и информ. технологий.- 3-е изд., испр. и перераб. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 302 с. - (Учебники для вузов). - Прил.: с. 294-302. - ISBN 978-5-7567-0538-6.

Крупенков, В.В. Государственные и бизнес-коммуникации : учебно-практическое пособие / В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 115 с. - ISBN 978-5-374-00564-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968

Старикова, Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций : учебное пособие / Ю.А. Старикова. - М. : А-Приор, 2010. - 95 с. - ISBN 978-5-384-00373-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56308

GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учебное пособие / под ред. Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. - М. : Российская политическая энциклопедия, 2012. - 408 с. - (Политология России). - ISBN 978-5-8243-1533-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135141

5.3 Периодические издания

Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА

Российский экономический журнал: журнал. - М. : Агентство "Роспечать"

История государства и права: журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Законодательные (представительные) органы власти субъектов Российской Федерации: журнал. - М. : Известия,

Вопросы местного самоуправления: Стратегия и практика муниципального развития: журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Государственная власть и местное самоуправление: журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Экономика региона: журнал. – Екатеринбург,

Уровень жизни населения регионов России: журнал,

Вестник Московского Университета. Серия 12. Политические науки : журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Полис (Политические исследования): журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Политический журнал: журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Вестник Московского Университета. Серия 18. Социология и политология : журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Советник: журнал. - М. : Агенство "Роспечать",

Наша власть: дела и лица : журнал. - М.,

Эксперт: журнал**.** - М. : Агенство "Роспечать",

Оренбургский край: журнал. - Оренбург : Димур,

Оренбуржье: газета. - Оренбург : Южный Урал,

Южный Урал : газета. - Оренбург : Агенство "Роспечать",

5.4 Интернет-ресурсы

Центры изучения общественного мнения:

https://fom.ru/ - Фонд «Общественное мнение» — российская организация, занимающаяся проведением социологических исследований. ФОМ занимает первое место в Профессиональном рейтинге исследовательских компаний,

https://www.levada.ru - **Аналитический Центр Юрия Левады (АНО Левада-Центр)** – российская негосударственная исследовательская организация. Центр проводит социологические и маркетинговые исследования. Левада-Центр является одной из крупнейших исследовательских компаний в России.

http://www.wciom.ru.ru/ - Всероссийский центр исследования общественного мнения.

Информационно-аналитические системы:

http://www.integrum.ru/- система предоставляет возможности поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40 000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций. Предоставляются архивы федеральных и региональных СМИ России. База обновляется ежедневно, опережая появление газет и журналов на прилавках, фактографический подход делает невозможным изъятие из неё какой-либо информации.

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

http://www.medialogia.ru/ - информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги.

http://www.media-atlas.ru/ - обзор и анализ российской медиаиндустрии, аналитические статьи о медиарынке, рекламном рынке, поиск (атлас) специализированной информации (по стране и регионам).

http://www.public.ru/ - полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ.

http://www.mid.ru – официальный сайт Министерства иностранных дел Российской Федерации. Представлены официальные документы: заявления, материалы брифингов, ежедневные обзоры СМИ, интервью официальных лиц.

Сайты органов власти:

http://minsvyaz.ru/ru/ - Официальный Интернет-ресурс Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации — федеральный орган исполнительной власти, который занимается выработкой и реализацией государственной политики и нормативно-правовым регулированием в следующих сферах

https://rkn.gov.ru/ - Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

http://www.fapmc.ru/rospechat.html - Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям

Специализированные издания по журналистике, рекламе и связям с общественностью

http://www.mediascope.ru/ - Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп»

http://www.media-atlas.ru/ - обзор и анализ российской медиаиндустрии, аналитические статьи о медиарынке, рекламном рынке, поиск (атлас) специализированной информации (по стране и регионам).

http://www.e-cis. info.ru/ - интернет –портал Содружества Независимых Государств (СНГ), официальные документы, информация по странам, анонсы событий СНГ, аналитика и комментарии.

Профессиональные организации и союзы:

http://ruj.ru/ - Общероссийская общественная организация "Союз журналистов России" является основанным на членстве творческим неполитическим общественным объединением, учрежденным для осуществления деятельности по защите интересов журналистов России

http://orenjour.ru/ - Региональная общественная организация «Союз журналистов Оренбуржья»
https://www.raso.ru – Российская ассоциация по связям с общественностью
http://www.pr-club.com/ - ЗАО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРЕСС-КЛУБ. ЧУМИКОВ ПР И КОНСАЛТИНГ» (МПК) – коммуникационное агентство, оказывающее полный цикл услуг в области связей с общественностью (PR – паблик рилейшнз)

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Лицензионное программное обеспечение

Операционная система Microsoft Windows

Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint)

Инструментальные средства для распознавания текста: ABBYY FineReader

Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

1. Служебное и офисное ПО:

- Свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: http://www.openoffice.org/ru/.

- Кросплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: https://www.libreoffice.org/.

- Бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. Режим доступа: https://get.adobe.com/ru/reader/.

- Свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: http://www.7-zip.org/.

2. Графические редакторы, издательские системы:

- Свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: https://www.blender.org/download/.

- Свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: https://www.gimp.org/downloads/.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид помещения	Мебель и технические средства обучения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран

Вид помещения	Мебель и технические средства обучения
	Компьютеры с подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ
Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования	Комплекты ученической мебели Компьютеры с подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2017 год набора

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код и наименование

Профиль: Общий профиль

Дисциплина: Б.1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в политике

Форма обучения: заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Внесенные изменения на 2017 год набора
УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета (директор института)
_____ И. А. СОЛОДИЛОВА
(подпись, расшифровка подписи)
"30" августа 2017 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия [Текст] : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева.- 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 193 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - На обл. и тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 193 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-534-00968-2.

5 изд.

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры
протокол № 5 от "31" 01 2017 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью и журналистики Куданова Ю.В.
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент Ю.В. Куданова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
_____ Н.Н. Грицай
личная подпись *расшифровка подписи*

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2018 год набора

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код и наименование

Профиль: Общий профиль

Б.1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в политике

Форма обучения: заочная
полная, очно-заочная, заочная

Внесенные изменения на 2018 год набора
УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета (директор института)
_____ И. А. СОЛОДИЛОВА
(подпись, расшифровка подписи)

"30" августа 2018 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.4 Интернет-ресурсы

Федеральные СМИ:

http://www.rbc.ru/ - РИА РБК – это ленты новостей политики, экономики и финансов, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, тематические статьи, оперативные данные по всем сегментам финансового рынка, трансляции пресс-конференций и интервью с крупнейшими российскими политическими деятелями и бизнесменами.

https://rg.ru/ - Интернет-портал "Российской газеты". Новости экономики, общества, политики. Происшествия в регионах и в мире.

https://tass.ru/- Сайт информационного телеграфного агенства России ИТАР-ТАСС. Лента новостей России и мира. Материалы пресс-конференций, Мультимедиа: виде- и фоторепортажи, инфографика и т.д.

http://www.interfax.ru/- Сайт международной информационной группы "Интерфакс". "Интерфакс" – крупнейшая в СНГ частная диверсифицированная информационная группа, признанный лидер российского информационного рынка в сегменте B2B.

https://lenta.ru/Lenta.ru -новости России и мира.Экономика, наука и техника, спорт, культура.

https://www.kommersant.ru/ - Сайт издательского дома "Коммерсантъ". Фото, видео, книги, авторы, темы, справочник, рейтинги, Online-интервью, новости компаний, объявления о несостоятельности, блоги, годовые отчеты компаний.

https://ria.ru/ - Сайт сетевого издания «РИА Новости». Группа РИА Новости — это лидирующий российский медиахолдинг с богатой 70-летней историей, в который сегодня входят: мультимедийное

https://www.1tv.ru/ -Сайт главного телеканала страны.

https://otr-online.ru/ - один из официальных телеканалов РФ.

https://www.kp.ru/ -сайт общероссийской газеты «Комсомольская правда»

http://kremlin.ru/ -сайт Президента РФ

http://www.journ.msu.ru/ - сайт МГУ им. Ломоносова

http://www.ng.ru/ - сайт «Независимой газеты»

https://iz.ru/ - сайт газеты «Известия»

https://russia.tv/ - сайт ТК «Россия»

http://www.rbc.ru/ - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.
http://www.forbes.ru/ - русское издание журнала «Forbes», аналитические статьи, актуальная экономическая и политическая информация.

СМИ Оренбурга и Оренбургской области:
www.orenburg.rfn.ru - ГТРК «ОРЕНБУРГ» - Филиал ФГУП "ВГТРК" Государственная телевизионная и радиовещательная компания "Оренбург".
http://vestirama.ru/ - Сетевое издание «Государственный Интернет-Канал «Россия» ГТРК «ОРЕНБУРГ»
www.orenday.ru - ООО «ОРЕН-ТВ» - «Орен-тв» является сетевым партнером канала Рен-тв. Объективность, оперативность, честность. В эфире «Орен-тв» выходят информационные, аналитические и развлекательные программы.
www.echo-oren.ru - «Эхо Москвы в Оренбурге» - первая негосударственная радиостанция, распространяющая оперативную и полную информацию о политических и экономических событиях, новостях культуры и спорта 24 часа в сутки.
www.orenburzhie.ru - «Оренбуржье» — общественно-политическая газета. Выходит с октября 1991 года.
www.vechorniyorenburg.ru - «Вечерний Оренбург» - общественно-политическая газета
www.uralpressa.ru - «Южный Урал» - общественно-политическая газета. Выходит с октября 1917 года.
www.onlinecon.ru - «Оренбургская неделя» - общественно-политическая газета, выходит с 1972 года.
www.feb56.ru - «Финансово-экономический бюллетень» — совместный проект ТПП Оренбургской области, Оренбургским союзом промышленников и предпринимателей, Региональным информационным агентством «Априори» и Центром стратегического планирования и развития Оренбургской области.

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

протокол № 5 от "31" 01 2018 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью и журналистики Куданова Ю.В.
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент Ю.В. Куданова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
Н.Н. Грицай
личная подпись *расшифровка подписи*

33

ЛИСТ
согласования рабочей программы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код и наименование

Профиль: Общий профиль

Дисциплина: Б.1.В.ДВ.9.1 Реклама и связи с общественностью в политике

Форма обучения: заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2016

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

протокол № 5 от "31" 01 2016 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью и журналистики Ю.В. Кудашова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:

должность *подпись* *расшифровка подписи* Шадрина Ю.К.

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
код, наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Гришай
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ю. Сапух
расшифровка подписи