

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.5.1 Мастер-класс - Политическое консультирование»

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)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 6 от 11 февраля 2019 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Ст. преподаватель

должность

подпись

О.Н. Сорокин

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

М.В. Савуха

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Кудашова Ю.В.,
Сорокин О.Н., 2019
© ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Ознакомить студентов со структурой и основными направлениями деятельности отделов рекламы и связей с общественностью;

- Раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения рекламных и PR-кампаний;
- Научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения рекламных и PR-кампаний;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;
- совершенствовать современные теорико-методологические представления рекламных и PR-кампаний, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения.

Задачи: получить системное представление об основных правилах создания отдела по СО, функции его сотрудников и основные направления деятельности отдела. Курс повышает профессиональную культуру и образовательный уровень студентов, способствует совершенствованию их практических навыков. Стержнем курса является получения необходимых практических навыков для работы в отделе по СО.

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.19 Социология массовой коммуникации, Б.1.Б.20 Психология массовых коммуникаций, Б.1.Б.21 Основы связей с общественностью*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-3 Способен к поиску информации и анализу ситуации в коммуникационной деятельности	ПК*-3-В-1 ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для поиска информации и анализа ситуации в коммуникационной деятельности	Знать: современные технические средства, технологии цифровых коммуникаций Уметь: анализировать различные ситуации в коммуникационной деятельности, правильно распоряжаться техническими и технологическими средствами. Владеть: навыками работы с

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		поиском информации с помощью средств коммуникаций; знаниями о современных технических и технологических средствах; принципами работы с анализированием ситуаций в коммуникационной деятельности
	ПК*-3-В-2 ПК-3.2 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<p>Знать: характеристики и виды PR-кампаний, методы исследований и оценки для планирования рекламной и PR-кампании</p> <p>Уметь: Учитывать полученные данные исследований при планировании; применять знания медиапланирования при создании коммуникационного продукта</p> <p>Владеть: способностью использовать полученные данные путем исследования при планировании; знаниями и правилами PR-кампаний; готовностью использовать возможности медиапланирования на практике.</p>
ПК*-6 Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	ПК*-6-В-2 ПК-6.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	<p>Знать: современные рекламные и коммуникативные технологии, различные технические средства, приемы и методы</p> <p>Уметь: использовать знания о технических и технологических средствах, приемах и</p>

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		методах на практике Владеть: 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.
	ПК*-6-В-3 ПК-6.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знать: технологии организации мероприятий по работе с целевыми группами Уметь: применять основные технологии работать с целевыми группами Владеть: навыками и знаниями определения целевой группы; способностью производить сегментацию целевых групп

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	9 семестр	всего
Общая трудоёмкость	216	216
Контактная работа:	14,5	14,5
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и	201,5 +	201,5

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	9 семестр	всего
<i>материала учебников и учебных пособий; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)</i>		
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Политический консалтинг в современном обществе			2		
2	Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества.		2			
3	Модели политического консалтинга.			2		
4	Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения.			2		
5	Имидж публичного политика					
6	Невербальные и социально-информационные коммуникации в процессе формирования имиджа публичного политика			2		
7	Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности.		2	2		
8	Роль СМИ в формировании политического поведения					
	Итого:	216	4	10	202	
	Всего:	216	4	10	202	

4.2 Содержание разделов дисциплины

№1. Политический консалтинг в современном обществе.

- Политический консалтинг в России его место в общей системе общественных связей.
- Рынок информационных технологий.
- Национальные модели политического консалтинга

№ 2. Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества.

- Политический консалтинг в общей системе консультационных услуг.
- Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг и комплексное изучение политической сферы общества, региона.
- Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

№ 3. Модели политического консалтинга.

- Разновидности политического консалтинга.
- Обзор моделей политического консалтинга.

- Национальные модели политического консалтинга.
- Политический консалтинг как модель формирования политического лидера.
- Политический консалтинг как система социального прогнозирования и управления политическими процессами.

№ 4. Методика проведения мониторинга социально- политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения.

- Методика и техника проведения мониторинга социально- политических процессов.
- Особенности этапов сбора, регистрации и обработки данных.
- Функции мониторинга как инструмента управления политическими системами и процессами.
- Принципы построения политического мониторинга: системности, адресности и предметной направленности.

№ 5. Имидж публичного политика.

- Имидж как средство достижения политической цели
- Имидж публичного политика: социально-психологический и исторический аспекты.
- Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика.
- Использование юмора в создании политического имиджа.

№ 6. Невербальные и социально-информационные коммуникации в процессе формирования имиджа публичного политика.

- Невербальное поведение — одна из составляющих имиджа политика
- Голосовой имидж политика
- Публичные оговорки политиков как элемент политического имиджа
- Окружение политика: имиджформирующий и имидждеструктивный факторы

№ 7.Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности.

- Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге.
- Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.
- Реализация системы консалтинговых мер. Управленческое консультирование. Консультации по оптимизации структуры политической организации.
- Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов.
- Технология социально-политического моделирования.

№ 8. Роль СМИ в формировании политического поведения.

- Исследование роли СМИ в процессе формирования массового политического поведения
- Социальные стереотипы как средство управления электоральным поведением
- Политическая коммуникация — конвергенция пропаганды и рекламы
- СМИ в политической коммуникации.
- Взаимодействие политической элиты и СМИ

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	Принципы политического консультирования: -объективность, -системность, -последовательность, -целеустремленность. -Типовые ошибки консультанта во взаимодействии с клиентом (коммуникативные, ролевые, в стиле межличностных отношений, транзакции).	2
2	4	Этапы политического консалтинга: -Аналитический: анализ и прогнозирование политических ситуаций, анализ имеющихся и необходимых ресурсов воздействия на ситуацию. -Организационный этап (тип) политического консалтинга: оптимизация исследованных ресурсов, моделирование ситуаций воздействия, обеспечение и реализация данных моделей с учетом стратегических и тактических целей. -Этап применения специальных (прикладных) технологий политического консалтинга. - Стабилизационный этап.	2
3	7	Стратегия и тактика в сфере политического консалтинга. -Место стратегического планирования в сфере политического консалтинга. -Стратегическое планирование кампании. -Постановка целей стратегического планирования. -Определение стратегии и формирования ее основных принципов. - Классические принципы стратегии кампании. Тактика выборной кампании. Определение тактики выборной кампании. -Функции тактической части плана выборной кампании. -Основные слагаемые тактики выборной кампании. -Трансформация стратегических планов в конкретный план выборной кампании.	4
4	5	Политический имидж и политическое лидерство. -Передача консультантом системы знаний по созданию имиджа публичного политика. -Миф в политической рекламе и формировании имиджа. -Методы и приемы формирования политического имиджа. Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации.	2
		Итого:	10

4.4 Контрольная работа (9 семестр)

1. Политический консалтинг как вид деятельности: субъекты и объекты политического консультирования.
2. Основные функции политического консалтинга, его модели и виды.
3. Политическое консультирование в России.
4. Диагностика политической ситуации в условиях конфликта.
5. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических

процессов.

6. Политическое консультирование в системе прогнозирования политических процессов и принятия политических решений.

7. Позиционирование в политическом консалтинге.

8. Место политического консалтинга в избирательной кампании.

9. Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа политической структуры и лидера.

10. Медиапланирование в избирательной кампании.

11. Разработка стратегии построения имиджа политика, организации во время избирательной кампании.

12. Политическое консультирование в планировании переговорного процесса, дискуссий, пресс-конференций и других политических акций.

13. Роль политического консультанта в повышении эффективности делового общения политика.

14. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание, и электоральные предпочтения аудитории.

15. Стратегия и тактика избирательной кампании

16. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории.

17. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Березкина О.П. Политический консалтинг. М., 2008. – 332с.
2. Ситников А.П., Огарь И.В., Бахвалова Н.С. Политический консалтинг. Учебник. – М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2004 – 624с.

5.2 Дополнительная литература

1. Лютый, В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) : учебное пособие / В.П. Лютый. - Москва : Российская академия правосудия, 2012. - 292 с. - ISBN 978-5-93916-324-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140617>.
2. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

5.3 Периодические издания

1. ж. «Сообщение».
2. ж. «ПОЛИС»

5.4 Интернет-ресурсы

<http://b-news.narod.ru/consulting/index.htm> - КОНСАЛТИНГ

[8 http://b-news.narod.ru/consulting/strategy.htm](http://b-news.narod.ru/consulting/strategy.htm) - Стратегия консультирующих Организаций

www.stk.ru - современные технологии консалтинга

Новиков Д.В. Политическое консультирование: учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре, 2013 - Режим доступа: https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/konsultirovniye_JcJ1ob.pdf

...

<https://www.coursera.org/> - «Coursera»;
<https://openedu.ru/> - «Открытое образование»;
<https://universarium.org/> - «Универсарий»;
<https://www.edx.org/> - «EdX»;
<https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум»;
и т.п

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/>.

- Кроссплатформенный, 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

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.

Каждый вид помещения может быть дополнен средствами обучения, реально используемыми при проведении учебных занятий соответствующего типа (например, - лабораторные стенды, макеты, имитационные модели, компьютерные тренажеры, симуляторы, муляжи, учебно-наглядные пособия, плакаты и т.п.)

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;

1. Вопросы к зачету.

1. Политический консалтинг: понятие и основные функции
2. Виды политического консультирования
3. Исторические корни политического консалтинга
4. Политический консалтинг в России: особенности функционирования
5. Методы исследования в политическом консалтинге
6. Процессы коммуникации в политике
7. ЛОМ (Лидер общественного мнения), его роль в политическом консультировании.
8. Планирование избирательной кампании.
9. Профессионально-этические нормы политического консалтинга
10. Виды и методы трансляции политической информации
11. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов.
12. Политический консалтинг в системе прогнозирования процессов.
13. Управленческие решения в политической сфере и политический консалтинг.
14. Планирование политической деятельности с помощью консалтинговых агентств.
15. Политическая деятельность и ее место в политическом консалтинге.
16. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры и реорганизации политической организации.
17. Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов в целях обеспечения клиентуры консалтинговых агентств.
18. Технология социально-политического моделирования.
19. Имидж политического лидера и политической структуры.
20. Методика оказания консультационных услуг по поддержанию имиджа политической структуры и лидера.
21. Планирование политических кампаний и PR-акций в России.
22. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей политического сознания.
23. Стратегия и тактика применения политической рекламы в средствах массовой информации.
24. Интенсивность и эффективность политических рекламных кампаний.
25. Политическая реклама в СМИ.
26. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов, календарный план и частота размещения рекламы.