Минобрнауки России

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

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

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)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.5.1 Мастер-класс - Политическое консультирование*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от «16» февраля 2023г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

Исполнитель:
доцент *должность* *подпись* Т.А. Никитина *расшифровка подписи*

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

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись Н.Н. Бигалиева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Томина Е.Ф. *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Никитина Т.А., 2023
© ОГУ, 2023

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 теоретико-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 Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.17 Политология, Б1.Д.Б.27 Технологии рекламы и связей с общественностью, Б1.Д.Б.30 Имиджелогия, Б1.Д.Б.38 Проектирование в рекламе и связях с общественностью (мастер-класс), Б1.Д.В.3 Реклама и связи с общественностью в политике*

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 ПК*-3-В-2 ПК-3.2 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	**Знать:** современные технические средства, технологии цифровых коммуникаций **Уметь:** использовать результаты анализировать различные ситуации в коммуникационной деятельности, правильно распоряжаться техническими и технологическими средствами. **Владеть:** навыками поиска информации и анализа ситуации коммуникационной деятельности.
ПК*-6 Способен применять в профессиональной деятельности основные	ПК*-6-В-2 ПК-6.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии,	**Знать:** технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта ПК*-6-В-3 ПК-6.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	**Уметь:** использовать современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. **Владеть:** навыками применения в навыками применения в профессиональной деятельности основных рекламных и коммуникативных технологий, технических средств, приемов и методов.

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)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - устный опрос; - решение типовых задач; - выполнение индивидуального творческого задания (эссе); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	**201,5** +	**201,5**
Вид итогового контроля (зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		всего	аудиторная работа		внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	Политический консалтинг в современном обществе	25	0	0	25
2	Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества.	25	0	0	25
3	Модели политического консалтинга	27	2	0	25
4	Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения	29	2	2	25

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		всего	аудиторная работа		внеауд. работа
			Л	ПЗ	
5	Имидж публичного политика	27	0	2	25
6	Невербальные и социально-информационные коммуникации в процессе формирования имиджа публичного политика	27	0	2	25
7	Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности	27	0	2	25
8	Роль СМИ в формировании политического поведения.	29	0	2	27
	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: имидж формирующий и имидж деструктивный 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	4	Методика проведения мониторинга социально- политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения	2
2	5	Имидж публичного политика	2
3	6	Невербальные и социально-информационные коммуникации в процессе формирования имиджа публичного политика	2
4	7	Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности	2
5	8	Роль СМИ в формировании политического поведения.	2
		Итого:	**10**

4.4 Контрольная работа (9 семестр) Примерные темы контрольной работы

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. Актуальные вопросы политической науки и практики [Электронный ресурс]: учебное пособие: [16+] / И. А. Ветренко, Н. В. Кефнер, Д. А. Коновалов [и др.]. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 346 с. – ISBN 978-5-4499-0695-3.– Режим доступа: по подписке. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572440

2. Никитина Т.А. Мастер-класс: Политическое консультирование [Электронный ресурс]: электронный курс лекций / Т.А. Никитина. – Зарегистрировано в УФЭР ОГУ, № 3904 от 01.03.2023. – Оренбург: ОГУ, 2023. – Режим доступа: https://ufer.osu.ru/index.php?option=com_uferdbsearch&view=uferdbsearch&action=downloadfile&type=distr&id=3904 (нет государственной регистрации)

5.2 Дополнительная литература

3. Березкина, О.П. Политический консалтинг[Текст]:учебник для студ. высш. учебн. Заведений. – М: Изд. Центр «Академия», 2008. – 336с. ISBN 978-5-7695-6305-5

4. Новиков, Д.В. Политическое консультирование[Электронный ресурс]: учеб. пособие / Д.В. Новиков. – Комсомольск-наАмуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 112 с. https://knastu.ru/

5. Зосименко, И.А. Политический консалтинг [Текст]: учебное пособие / И.А. Зосименко, В.А.Чернов. – Ульяновск: УлГТУ,2013. – 203 с. ISBN 978-5-9795-1142-9 http://lib.ulstu.ru/venec/disk/2014/165.pdf

5.3 Периодические издания

1.Социальная политика и социальное партнерство : журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 2023г.

2.Социологические исследования: журнал. – Москва: Агентство "Роспечать", 2017-2023 гг.

5.4 Интернет-ресурсы

1. http://www.isras.ru/ – «Институт социологии Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук»
2. http://soc.lib.ru/ – «Электронная библиотека - Социология, Психология, Управление»
3. https://openedu.ru/course/#query=социология – «Открытое образование», Каталог курсов, Общая социология
4https://vestnik.socio.msu.ru/jour/index – Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология
5. http://www.wciom.ru.ru/ - Всероссийский центр исследования общественного мнения.

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

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования – АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа – http://aist.osu.ru.

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.