

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

8 семестр

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Цель освоения дисциплины: Совершенствовать современные теорико-методологические представления связей с общественностью в избирательном процессе, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения

Задачи освоения содержания дисциплины:

2. Понимать природу современного электорального процесса;

3. Выявлять и анализировать основные стратегии и тактики избирательных кампаний;

4. Владеть средствами и методами процесса организации и проведения избирательных кампаний;

5. Раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических избирательных кампаний;

6. Научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения избирательных кампаний;

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Избирательные технологии» относится к вариативной части учебного плана ОПОП направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины: «Реклама и связи с общественностью в политике», «Политические процессы и современность», «Анализ документов в рекламе и связях с общественностью».

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-6	Полное	<b>Знать:</b> принципы обобщения и систематизации информации <b>Уметь:</b> находить и анализировать необходимую информацию <b>Владеть:</b> навыками применения количественных и качественных исследований
ПК-16	Полное	<b>Знать:</b> систему СМИ региона.

		<p><b>Уметь:</b> СМИ (инициирование публикаций, работа с информационными партнерами и пр.) - создавать информационные поводы.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками установления контактов с журналистским корпусом.</p>
<b>ПК-21</b>	<i>Полное</i>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы определения целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять целевые аудитории, их ценности, ожидания;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способами определения целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий.</li> </ul>

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе.. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда.
2. Избирательные технологии в системе политического PR. Понятие Избирательная кампания и ее место в системе политического PR. Избирательные циклы. Специфика политического PR на разных фазах избирательного цикла.
3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.
4. Формирование имиджа кандидата как технология. Понятие индивидуального имиджа. Личность как источник имиджеобразующей информации.
5. Современные избирательные технологии. Роль и место СМИ в избирательных технологиях. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании.
6. Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.
7. Стратегия и тактика избирательной кампании. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.

8. Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы
9. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России. Типология видов избирательных технологий, применяемых в России.
5. **ВИД АТТЕСТАЦИИ – экзамен**
6. **КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3**

Составитель: ст.преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой ЖРСО \_\_\_\_\_ д. ф. н., профессор Латышева Ж.В

Председатель учебно-методической комиссии \_\_\_\_\_ Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института \_\_\_\_\_ д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института

