

2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по образовательной деятельности

А.А. Панфилов

« 29 » 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
6	4/,144ч.	36			72	Экзамен
Итого	4/ 144ч.	36			72	Экзамен

Владимир -2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности. Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Реклама и связи с общественностью в политике» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практической деятельности в области связей с разными группами общественности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

«Политический консалтинг» относится к дисциплинам базовой части Профессионального цикла и логически и методически связан с учебными дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Коммуникационный менеджмент», «Основы медиапланирования», «Организация и проведение PR-кампаний».

Для успешного освоения курса «Политический консалтинг» студент должен иметь представления о закономерностях развития общественных отношений, знать основы теории коммуникации, иметь начальные представления о закономерностях общественного развития и особенностях функционирования массовой информации.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции

Профессиональные компетенции (ПК):

способность реализовывать проекты и владение методами их реализации(ПК-5)

способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий(ПК-7)

способность осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия(ПК-13)

Знать

- Способы реализации проектов(ПК-5)

Уметь

- реализовывать рекламные проекты(ПК-5)

- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий(ПК-7)

Владеть:

- способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации(ПК-5)

- способностью осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия(ПК-13)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

№ п/п	Раздел(тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы, с применен ием интеракти вных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемос ти (по неделям семестра), форма промежуто чной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			КП / КР
1	Политический процесс. Участники политического процесса	6	1-3	6				12		3/50%	
2	Избирательная кампания как Пр-кампания	6	4-6	6				12		3/50%	Рейтинг- контроль 1
3	Политическая реклама	6	7-10	6				12		3/50%	
4	Политические мероприятия	6	11- 12	6				12		3/50%	Рейтинг- контроль 2
5	Информирование целевых аудиторий о планируемом мероприятии	6	13- 16	6				12		3/50%	

6	Политический консалтинг	6	17-18	6			12	3/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего			18	36			72	18/50 %	экзамен

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Лекция-беседа (диалог с аудиторией), которая предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы. Диалог требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

2. Коллективная лекция. Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ не только прочитанной литературы, но и собственные наблюдения. Далее следует публичное выступление и обсуждение, вопросы и ответы на вопросы.

3. Метод «мозгового штурма». В результате генерирования различных идей, их конструктивной проработки студенческий коллектив предлагает варианты решения ситуации.

4. Проблемная ситуация. Новое знание вводится через проблемный вопрос, задачу или ситуацию. Проблем познания проходит через исследовательскую деятельность.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Задание для первого рейтинг-контроля

1. Аналитическая работа «Особенности избирательного процесса в России»

Задание для второго рейтинг-контроля

2. Творческая работа «политическая реклама как средство формирования имиджа»

Задание для третьего рейтинг-контроля

3. Творческая работа «Разработка и реализация сценария (программы) мероприятия»

Задания для самостоятельной работы

1. Кто ввел в оборот термин «пропаганда»?
2. Виды политической рекламы.
3. Технологии политической рекламы.
4. Основные ресурсы избирательной кампании.
5. Разработка стратегии избирательной кампании.
6. Виды политических мероприятий.
7. Общий политический процесс в современной России.

Примерные вопросы для экзамена

1. Политическое консультирование как вид деятельности.
2. Основные технологии: стратегическое консультирование; опросы общественного мнения; спичрайтинг; имиджмейкинг; спин-докторинг; медиапланирование политической рекламы; организация предвыборных мероприятий; фандрайзинг.
3. Структура политического процесса.
4. Общие и частные политические процессы.
5. Формы политического протеста: митинги, демонстрации, пикетирование, забастовки.
6. Деятельность участников предвыборных кампаний, политических активистов.
7. Сущность избирательной кампании. Цели избирательной кампании.
8. Основные ресурсы избирательной кампании.
9. Разработка стратегии избирательной кампании.
10. Тактика избирательной кампании.
11. Коммуникативная сущность политической рекламы.
12. Политическая реклама как средство воздействия на электоральное поведение.
13. Имидж политика как коммуникативная компонента политической рекламы.
14. Виды политической рекламы.
15. Технологии политической рекламы.
16. Политические мероприятия как ресурс привлечения избирателей.
17. Законодательство по поводу политических мероприятий.
18. Виды политических мероприятий.
19. Роль политических мероприятий в избирательной кампании.

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Информационное оружие-оружие современных и будущих войн / Новиков В.К., 2-е изд., исправ. - М.: Гор. линия-Телеком, 2013. - 242 с.: 60x88 1/16 ISBN 978-5-9912-0166-7
2. Практическая журналистика: 15 мастер-классов [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / А. В. Колесниченко. - М. : Аспект Пресс, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707403.html>
3. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б.Р. Мандель - М. : ФЛИНТА, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976516335.html>

б) дополнительная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. - ISBN 978-5-238-01830-0.
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. - ISBN 978-5-394-01184-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>
3. "Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартаковой. - М. : Аспект Пресс, 2014. - (Серия "Учебник нового поколения")." - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html>
4. Экономика отечественных СМИ [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705454.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы


[www. Sovetnik.ru](http://www.Sovetnik.ru)

[www. Internet-Advance.ru](http://www.Internet-Advance.ru)

[www. prwekuk. com](http://www.prwekuk.com)

Аудитория с мультимедийным оборудованием (229-3), компьютерный класс с возможностью выхода в интернет, профессиональные журналы и газеты туристской и сервисной тематики, рекламные видеоматериалы, учебная литература

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил ст. преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. _____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой  Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.