

Министерство науки и высшего образования 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

« 11 » 09 _____ 2019г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ**

Направление подготовки: 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
6	5/180	72			63	Экзамен/45
Итого	5/180	72			63	Экзамен/45

Владимир 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование знаний теории политического консультирования и привитие навыков использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Задачи освоения содержания дисциплины:

1. Знать предпосылки и состояние различных видов консалтинга;
2. Знать национальные модели политического консалтинга;
3. Разбираться в особенностях деятельности политического консультанта во время избирательной кампании, планирование избирательной кампании, стратегия и тактика избирательной кампании, «информационные войны» в условиях избирательных кампаний;
4. Знать про политический консалтинг в России и его место в общей системе политических технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Политический консалтинг» 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. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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-13	Полное	Знать: что такое креативные методы при решении профессиональных задач Уметь: применять креативные решения при решении профессиональных задач в зависимости от ситуации. Владеть: методами поиска креативных решений при решении профессиональных задач.
ПК-16	Полное	Знать: систему СМИ региона. Уметь: СМИ (инициирование публикаций, работа с информационными партнерами и пр.) - создавать информационные поводы. Владеть: навыками установления контактов с журналистским корпусом.
ПК-17	Полное	Знать: Знать приёмы и методы упреждающего психологического воздействия, используемые в политическом общении Уметь: выстраивать коммуникации с представителями органами власти Владеть: навыками коммуникации с представителями органами власти

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Введение в курс. Эволюция взглядов на политическое консультирование	6	1-2	9			7	4,5/50%	
2	Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества.	6	3-4	9			8	4,5/50%	
3	Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов.	6	5-6	9			8	4,5/50%	Рейтинг-контроль №1
4	Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения.	6	7-9	9			8	4,5/50%	
5	Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности.	6	10-11	9			8	4,5/50%	Рейтинг-контроль №2
6	Планирование и проведение целевых политических PR-акций.	6	12-14	9			8	4,5/50%	
7	Стратегия и тактика избирательной кампании. Медиапланирование	6	15-16	9			8	4,5/50%	
8	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.	6	17-18	9			8	4,5/50%	Рейтинг- контроль №3
Всего за 6 семестр:					72		63	36/50%	Экзамен/45
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине					72		63	36/50%	Экзамен/45

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Введение в курс. Эволюция взглядов на политическое консультирование. Появление политических консультаций. Развитие консультационных услуг по созданию имиджа политических лидеров. Развитие комплексной системы сбора и обработки информации, предшествующей предложению и оказанию консультационных услуг в политической сфере. Превращение эпизодических политических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой. Становление и развитие политического консалтинга как методологического механизма систематической диагностики состояния политической напряженности и прогнозирования консультационных услуг, регулирования состояния политической напряженности и прогнозирования будущего состояния политических систем.

Тема 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. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей штатных консультантов к специфике политического рынка. Социология политики как методологическая основа формирования концепции политического консалтинга. Изучение политической системы общества и исследование политических ресурсов партийных блоков и лидеров как источник информации в системе политического консалтинга. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

Тема 3. Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов. Технологии диагностики политической ситуации. Замер состояния политической ситуации и напряженности. Результативность политической диагностики. Зависимость результатов политической диагностики от социально-политических, научных, организационных, материальных и других условий. Политический аудит как инструмент диагностики. Социология политического конфликта. Использование современных информационных технологий в качестве механизма регулирования политических конфликтов. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного политического управления и регулирования. Консультационные услуги внешних консультативных фирм и консультационная работа собственных служб и специалистов по диагностике политической ситуации и устранению (локализации) политических конфликтов.

Тема 4. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов. Реализация комплекса информационных, научно-методических, нормативно-правовых, организационных и финансовых мер. Последовательность этапов политического мониторинга, операций и процедур. Особенности этапов сбора, регистрации и обработки данных. Соблюдение требований к формированию выборки, объекту исследования. Функции мониторинга как инструмента управления политическими системами и процессами. Принципы построения политического мониторинга: системности, адресности и предметной направленности. Организационная, научно-методическая, организационно-техническая подсистемы политического мониторинга. Организационно-правовые и финансовые отношения консалтинговых агентств с пользователями их результатов. Обеспечение надежности информации консалтинговых агентств. Прогнозирование политических процессов и принятие политических решений

Тема 5. 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. Выработка рекомендаций по реорганизации политической структуры и политических процессов.

Тема 6. Планирование и проведение целевых политических PR-акций. Планирование политических кампаний в России. Исследование, планирование, реализация программы, оценка эффективности PR-акций. Приемы политической борьбы. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей массового политического сознания. Программы участников политических акций. Борьба с политическими инсинуациями и фальсификациями. Формирование уникальных политических предложений. Политические PR-акции в сферах общего управления политической структурой, деятельности политических лидеров, финансовой деятельности политической структуры, управления кадрами и расстановкой актива, информационных технологий, специализированных услуг.

Тема 7. Стратегия и тактика избирательной кампании. Медиапланирование. Формирование команды: этапы, методы, функционирование. Стратегический замысел избирательной кампании. Разработка плана действий. Концентрация сил и средств. Постановка конкретной задачи, согласование всех аспектов задания с заказчиком (претендентом на избираемую должность). Диагностика состояния электората (социально-демографические показатели, мнение электората, статистические данные). Объективная оценка обстановки. Реагирование на ситуацию при сохранении стратегической линии. Принятие нестандартных решений. Тактика работы со «своими» и «чужими» избирателями. Воздействие на избирателей посредством «героев» и «антигероев». Проведение встреч с избирателями. Требования к кандидату и формирование его имиджа. Технология социально-политического моделирования. Предвыборная программа. Политический менеджер: планирование переговорного процесса и различных акций. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы. Структура медиаплана. Календарный план и частота размещения рекламы. Показатели медиапланирования. Стратегия и тактика применения политической рекламы в средствах массовой информации. Интенсивность и эффективность политических рекламных кампаний.

Тема 8. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения. Подготовительный и предвыборный этапы. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания. Этапы и методы информационного воздействия средств массовой информации на формирование политических предпочтений. Электоральное мнение. Методы и приемы манипуляции массовым сознанием и электоральным поведением. Политический риск. Методы формирования безопасной политической ситуации.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Политический консалтинг» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема №1-2);*
- *Анализ ситуаций (тема №3-4);*
- *Ролевые игры (тема №5-6);*
- *Групповая дискуссия (тема №7-8)*

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

Задание для первого рейтинг-контроля

- Аналитическая работа «Особенности избирательного процесса в России»

Задание для второго рейтинг-контроля

- Творческая работа «политическая реклама как средство формирования имиджа»

Задание для третьего рейтинг-контроля

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

Вопросы к экзамену

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.

Основные вопросы 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.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература*			
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	2015		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046
Российский политический консалтинг: консьюмеризация и технологии: Монография / Федорченко Л.В., Федорченко С.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 166 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-012082-9	2016		http://znanium.com/catalog/product/553154
Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе: Учебник для вузов / Калянов Г.Н., - 2-е изд., дополн. - М.: Гор. линия-Телеком, 2016. - 210 с.: 60x88 1/16. - (Учебник для высших учебных заведений) ISBN 978-5-9912-0174-2	2016		http://znanium.com/catalog/product/895886
Дополнительная литература			
Политическая конфликтология: Учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. - 432 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0332-2 -	2011		http://znanium.com/catalog/product/305815
Попова, О.В. Политический анализ и прогнозирование : учебник / О.В. Попова. — Москва : Аспект Пресс, 2011. - 464 с. - ISBN 978-5-7567-0621-5. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/1038584	2011		http://znanium.com/catalog/product/1038584

7.3 Интернет-ресурсы:

Медиапрофи. URL: <http://www.mediaprofi.org>


Media Atlas. URL: <http://www.media-atlas> \


АО «Медиаскоп». URL: <http://mediascope.net>


8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы (указать необходимое).

Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение: доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «ЕВ-1860», документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19

Рабочую программу составил ст. преподаватель Никешин А.А. 

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 1 от 29.08.2019 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 42.03.04 «Реклама и связи с общественностью»
Протокол № 1 от 11.09.2019 года
Председатель комиссии Латышева Ж.В. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

