

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»



УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор
С.Н. Щербич

«23» марта 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

Политический PR

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью

Формы обучения: **очная, очно-заочная, заочная**

Курган 2020

Рабочая программа учебной дисциплины: «Политический PR» составлена в соответствии с учебным планом по программе бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (направленность: Реклама и связи с общественностью)

- для очной формы обучения «13» марта 2020 года;
- для очно-заочной формы обучения «13» марта 2020 года;
- для заочной формы обучения «13» марта 2020 года.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры «Журналистика и массовые коммуникации» «20» марта 2020 протокол № 6.

Рабочую программу составил:
старший преподаватель кафедры ЖМК



Е.В.Катайцев

Согласовано:

Зав. кафедрой «Журналистика и
массовые коммуникации»,
канд.пед.наук, доцент



Н.А. Катайцева

Специалист
по учебно-методической работе



И.В. Тарасова

Начальник управления
образовательной деятельности



С.Н. Синицын

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 2 зачетные единицы трудоемкости (72 академических часа)

Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов в том числе:	26	26
Лекции	18	18
Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа, всего часов в том числе:	46	46
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы	28	28
Вид промежуточной аттестации	Зач.	Зач.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	72	72

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов в том числе:	24	24
Лекции	16	16
Практические занятия	8	8
Самостоятельная работа, всего часов в том числе:	48	48
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы	30	30
Вид промежуточной аттестации	Зач.	Зач.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	72	72

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	6	6
в том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия	2	2
Самостоятельная работа, всего часов	66	66
в том числе:		
Подготовка к зачету	18	18
Подготовка контрольной работы	18	18
Другие виды самостоятельной работы	30	30
Вид промежуточной аттестации	Зач.	Зач.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	72	72

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ

В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина « Политический PR» является дисциплиной блока Б1, обязательная часть, модуль общепрофессиональной подготовки.

Изучается на 4 курсе в 8 семестре студентами очной формы обучения, на 5 курсе в 9 семестре студентами очно-заочной и заочной формы обучения.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении дисциплин «Основы интегрированных коммуникаций», «Введение в специальность», «История рекламы и PR», «Технологии PR».

Требования к «входным» знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Знать: историю рекламы и PR

уметь: применять технологии PR;

владеть: навыками использования технологий PR.

Результаты обучения по дисциплине «Политический PR» необходимы для изучения следующих дисциплин: «Реклама и PR в социальных сетях», «Реклама и PR в новых медиа», а также для прохождения итоговой государственной аттестации по направлению.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Основная цель данного курса – сформировать представление об особенностях политического PR.

Задачи курса:

- сформировать представление о теоретических основах политического PR;
- совершенствовать знания об особенностях политического PR в России;
- совершенствовать навыки управления общественными связями в сфере политики.

Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины:

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: теоретические основы политического PR (ОПК-2).

Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2).

Владеть: навыками управления общественными связями в сфере политики (ОПК-2).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			8 семестр	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	1	Теоретические основы политического PR	8	3
		Рубежный контроль № 1		1
Рубеж 2	2	Планирование политических кампаний	10	3
		Рубежный контроль № 2		1
Всего:			18	8

Очно-заочная форма обучения

Рубеж	Номер	Наименование раздела, темы	Количество часов
-------	-------	----------------------------	------------------

	раздела, темы	темы	контактной работы с преподавателем	
			9 семестр	
			Лекции	Практи- ческие занятия
Рубеж 1	1	Теоретические основыполитического PR	8	3
	Рубежный контроль № 1			1
Рубеж 2	2	Планирование политических кампаний	8	3
	Рубежный контроль № 2			1
Всего:			16	8

Заочная форма обучения

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		9 семестр	
		Лекции	Практические занятия
1	Теоретические основы политического PR	2	1
2	Планирование политических кампаний	2	1
Всего:		4	2

4.2. Содержание лекций

Тема 1: Теоретические основы политического PR

PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.

Основные понятия и категории политического маркетинга. Комплекс коммуникаций политического маркетинга.

Институциональная и правовая база управления общественными связями в сфере политики.

Институциональная структура публичных отношений. Правовое регулирование PR-деятельности.

Целевые аудитории PR в политической коммуникации.

Политические партии и объединения как субъект PR-деятельности в политических кампаниях. Электорат как аудитория публичных отношений в политических кампаниях. Факторы, формирующие политический выбор.

Представители СМИ как аудитория PR в политической коммуникации.

Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России.

Политическая реклама в избирательных кампаниях конца XX в. Политические технологии в выборах начала XXI в.

Тема 2: Планирование политических кампаний

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательной кампании и оценка результатов.

Имиджевые стратегии: формирование имиджа. Особенности, функции, структура и типология имиджей. Алгоритм формирования политического имиджа. Технологии формирования имиджа политика. Формирование имиджа партии.

Медиастратегии в политической кампании. Новостные события в политических кампаниях. Политический PR и реклама на телевидении. Политический PR и реклама в прессе. Интернет в политической коммуникации.

4.3. Практические занятия

Очная форма обучения

Но мер раз дел а	Наименование раздела, темы	Содержание занятия (вопросы для изучения)	Норматив времени, час.
1	Теоретические основы политического PR	PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Основные понятия и категории политического маркетинга. Комплекс коммуникаций политического маркетинга. Институциональная и правовая база управления общественными связями в сфере политики. Целевые аудитории PR в политической коммуникации.	2
		Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России. Политическая реклама в избирательных кампаниях конца XX в. Политические технологии в выборах начала XXI в.	1
	Рубежный контроль №1		1
2	Планирование политических кампаний	Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательной кампании и оценка результатов.	2
		Имиджевые стратегии: формирование имиджа. Медиастратегии в политической кампании.	1
	Рубежный контроль № 2		1
	Всего:		8

Очно-заочная форма обучения

Но мер раз дел а	Наименование раздела, темы	Содержание занятия (вопросы для изучения)	Норматив времени, час.
1	Теоретические основы политического PR	PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Основные понятия и категории политического маркетинга. Комплекс коммуникаций политического маркетинга. Институциональная и правовая база управления общественными связями в сфере политики. Целевые аудитории PR в политической коммуникации.	2
		Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России. Политическая реклама в избирательных кампаниях конца XX в. Политические технологии в выборах начала XXI в.	1
	Рубежный контроль №1		1
2	Планирование политических кампаний	Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательной кампании и оценка результатов.	2
		Имиджевые стратегии: формирование имиджа. Медиастратегии в политической кампании.	1
	Рубежный контроль № 2		1
	Всего:		8

Заочная форма обучения

Но мер раз дел а	Наименование раздела, темы	Содержание занятия (вопросы для изучения)	Норматив времени, час.
1	Теоретические основы политического PR	PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях. Основные понятия и категории политического маркетинга. Комплекс коммуникаций политического маркетинга. Институциональная и правовая база управления общественными связями в сфере политики. Целевые аудитории PR в политической коммуникации. Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России.	1

2	Планирование политических кампаний	Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование избирательной кампании и оценка результатов. Имиджевые стратегии: формирование имиджа. Медиастратегии в политической кампании.	1
		Всего:	2

4.4. КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

За время изучения дисциплины студенты заочной формы обучения выполняют одну контрольную работу в 9 семестре в форме выполнения письменных заданий. Контрольная работа должна быть напечатана на компьютере (кегель 14, интервал одинарный, выравнивание по ширине, расстановка переносов, абзацные отступы). Оформление титульного листа выполняется по обычным правилам.

ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ:

Задание № 1.

Письменно ответьте на вопросы:

1. Охарактеризуйте политические и неполитические объединения, участвующие в политических процессах в современной России.
2. Какие основные факторы влияют на политический выбор Россиян?
3. Проанализируйте влияние СМИ на электоральное поведение.
4. Обозначьте основные задачи медиарилейшнз в избирательной кампании.
5. Каковы принципы эффективных взаимоотношений специалистов паблик рилейшнз со СМИ?

Задание №2.

Создайте проект плана PR-компании по следующей схеме.

1. Формулирование общего взгляда на проблему.
2. Формулирование намерений и целей.
3. Определение целевых аудиторий (четко очерченных групп, с которыми необходимо достичь взаимопонимания).
4. Выбор ключевых сообщений (определение того, что предстоит транслировать на данные целевые аудитории с учетом представлений, которые у них уже имеются).
5. Формулирование стратегии (стратегия относится преимущественно к вопросам общей концепции программы, разработанной для достижения намеченных целей, в рамках которой реализуется конкретная тактика).
6. Формулирование конкретных тактических шагов (представляет собой основу программы).
7. Составление графика кампании.
8. Выяснение требуемых ресурсов (финансовых, кадровых, иных).
9. Установление четкой системы контроля.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина изучается в течение одного семестра. Включает в свой состав теоретическую и практическую систему занятий. Во время изучения курса студент должен посещать лекции и практические занятия, самостоятельно готовиться к

обсуждению теоретических вопросов и выполнять задания, предложенные преподавателем на практических занятиях.

Для текущего контроля успеваемости по очной и очно-заочной форме обучения используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

В процессе освоения дисциплины используются такие образовательные технологии, как деловые игры, разбор конкретных ситуаций, диспуты по теме в процессе которых студенты смогут вырабатывать навыки практической профессиональной деятельности. **Самостоятельная работа** предполагает подготовку к рубежным контролям (выполнения практических заданий), а также подготовку к зачету (повторение теоретического материала).

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы		Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.		
		Форма обучения		
		Очная	Очно- заочная	Заочная
Самостоятельное (углубленное) изучение разделов дисциплины:		10	10	22
P1	Теоретические основы политического PR	5	5	10
P2	Планирование политических кампаний	5	5	12
Подготовку к практическим занятиям		8	8	8
Подготовка к рубежным контролям:	РК № 1	5	6	-
	РК № 2	5	6	-
Выполнение контрольной работы		-	-	18
Подготовка к зачету		18	18	18
Всего:		46	48	66

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ.
2. Отчеты студентов по практическим занятиям.

3. Банк заданий к рубежным контролям № 1, № 2.
4. Банк вопросов к зачету.
5. Контрольная работа.

**6.2. Система балльно-рейтинговой оценки
работы студентов по дисциплине
Очная форма обучения**

№	Наименование	Содержание					
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов					
		8 семестр					
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение и защита отчетов по практическим занятиям	РК №1	РК №2	Зачет
		Балльная оценка:	До 18	До 32	До 10	До 10	До 30
		Примечания:	9 ЛЗ по 2 балла	до 8-х б. за 2-х часовое занятие (8 б. х4= 32 б.),	На 2-ом ПЗ	На 4-ом ПЗ	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 и менее баллов – неудовлетворительно; 61...73 – удовлетворительно; 74... 90 – хорошо; 91...100 – отлично					
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить практические задания. Для получения оценки за зачет «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов: - 61 для получения «автоматически» зачета. По согласованию с преподавателем студенту, набравшему минимум 61 балл, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за творческое досье, активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических заданий, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры и выставлена за зачет оценка «зачтено».					

4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра	В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Для получения недостающих баллов для неуспевающих студентов предусмотрены следующие дополнительные задания: - выполнение и защита отчета по пропущенным: практическим занятиям (до 4-х баллов) за каждый отчет. - прохождение рубежного контроля (баллы в зависимости от рубежа) Ликвидация академической задолженности, возникшей из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.
---	--	--

Очно-заочная форма обучения

№	Наименование	Содержание					
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов					
		9 семестр					
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение и защита отчетов по практическим занятиям	РК №1	РК №2	Зачет
		Балльная оценка:	До 16	До 32	До 11	До 11	До 30
		Примечания:	8 ЛЗ по 2 балла	до 8-х б. за 2-х часовое занятие (8 б. x 4= 32 б.),	На 2-ом ПЗ	На 4-ом ПЗ	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	60 и менее баллов – неудовлетворительно; 61...73 – удовлетворительно; 74... 90 – хорошо; 91...100 – отлично					

3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить практические задания. Для получения оценки за зачет «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов: - 61 для получения «автоматически» зачета. По согласованию с преподавателем студенту, набравшему минимум 61 балл, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за творческое досье, активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры и выставлена за зачет «автоматически» оценка «зачтено».
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра	В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Для получения недостающих баллов для неуспевающих студентов предусмотрены следующие дополнительные задания: - выполнение и защита отчета по пропущенным: практическим занятиям (до 4-х баллов) за каждый отчет. - прохождение рубежного контроля (баллы в зависимости от рубежа) Ликвидация академической задолженности, возникшей из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Оценка успеваемости студентов в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего, рубежного и промежуточного контроля.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебных занятий. Оценивается посещаемость лекционных занятий, подготовка и активность студентов на практических занятиях, выполнение тематических заданий, участие в дискуссии по проблемным темам дисциплины.

Рубежные контроли № 1 и № 2 проходят в форме выполнения письменных заданий. Рубежные контроли проводятся по изученным разделам дисциплины и являются проверкой усвоения студентами профессиональных знаний и практических навыков в работе рекламщика.

На выполнение заданий при рубежном контроле студенту отводится время не менее 30 минут.

Преподаватель оценивает в баллах результаты работы каждого студента по степени полноты и правильности выполнения заданий и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Промежуточная аттестация (зачет) проходит в форме ответов на вопросы билета. В билет входит 1 теоретический вопрос и 1 вопрос практического характера.

Время, отводимое студенту на подготовку к ответу на вопросы, составляет не менее 40 минут. За ответы на вопросы студент может получить максимально 30 баллов.

Результаты текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (зачета) заносятся преподавателем в зачетно-экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку студента.

6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и зачета

6.4.1 ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ К РУБЕЖНЫМ КОНТРОЛЯМ

Рубежный контроль № 1.

Письменно ответьте на вопросы:

6. Охарактеризуйте политические и неполитические объединения, участвующие в политических процессах в современной России.
7. Какие основные факторы влияют на политический выбор Россиян?
8. Проанализируйте влияние СМИ на электоральное поведение.
9. Обозначьте основные задачи медиарилейшнз в избирательной кампании.
10. Каковы принципы эффективных взаимоотношений специалистов паблик рилейшнз со СМИ?

Рубежный контроль № 2.

Создайте проект плана PR-компании по следующей схеме.

10. Формулирование общего взгляда на проблему.
11. Формулирование намерений и целей.
12. Определение целевых аудиторий (четко очерченных групп, с которыми необходимо достичь взаимопонимания).
13. Выбор ключевых сообщений (определение того, что предстоит транслировать на данные целевые аудитории с учетом представлений, которые у них уже имеются).
14. Формулирование стратегии (стратегия относится преимущественно к вопросам общей концепции программы, разработанной для достижения намеченных целей, в рамках которой реализуется конкретная тактика).
15. Формулирование конкретных тактических шагов (представляет собой основу программы).
16. Составление графика кампании.
17. Выяснение требуемых ресурсов (финансовых, кадровых, иных).
18. Установление четкой системы контроля.

6.4.2. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях.
2. Основные понятия и категории политического маркетинга. Комплекс коммуникаций политического маркетинга.
3. Институциональная структура паблик рилейшнз.
4. Правовое регулирование PR-деятельности.
5. Политические партии и объединения как субъект PR-деятельности в политических кампаниях.

6. Электорат как аудитория публичных отношений в политических кампаниях. Факторы, формирующие политический выбор.
7. Представители СМИ как аудитория PR в политической коммуникации.
8. Политическая реклама в избирательных кампаниях конца XX в.
9. Политические технологии в выборах начала XXI в.
10. Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации.
11. Определение целей кампании и выявление контактных групп.
12. Планирование избирательной кампании и оценка результатов.
13. Имиджевые стратегии: формирование имиджа. Особенности, функции, структура и типология имиджей.
14. Алгоритм формирования политического имиджа.
15. Технологии формирования имиджа политика.
16. Формирование имиджа партии.
17. Медиастратегии в политической кампании. Новостные события в политических кампаниях.
18. Политический PR и реклама на телевидении.
19. Политический PR и реклама в прессе.
20. Интернет в политической коммуникации.

Примерные практические задания для зачета

1. Ознакомьтесь с вводной информацией и ответьте на вопросы.

Вводная информация.

В одном из российских городов из-за периодических задержек и низкого уровня заработной платы значительно выросла социальная напряженность. Объявив в этот период о желании участвовать в выборах, действующий мэр не мог обещать увеличения зарплаты, это было не в его власти. Но он предпринял следующий ход: отменил плату за проезд на общественном транспорте. Обстановка стабилизировалась. Спустя четыре года напряженность в предвыборный период вновь начала усиливаться. К тому же водители автобусов стали высказывать недовольство отменой платы за проезд и просьбы о ее восстановлении.

Вопросы.

- 1) Как бы вы поступили на месте мэра при отсутствии материальных ресурсов?
- 2) А как он поступил в действительности?

2. Ознакомьтесь с вводной информацией и ответьте на вопросы.

Вводная информация.

Один из известных российских политиков, лидер политической партии практически на любое письмо отвечал следующими тезисами.

Вы обратились по адресу и правильно сделали, что написали нам.

Мы – именно та партия, которая решает народные проблемы.

Мы решим и вашу, и другие проблемы, когда получим больше власти.

Поэтому голосуйте за нашу партию.

Продолжайте писать нам обо всем, что вас волнует.

Вопросы.

- 1) Какой метод повышения легитимности используется в данном случае?
- 2) Что позволяет считать метод эффективным?
- 3) Что может повысить уровень эффективности этого метода?

6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций,

методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

1. Алтунян А.Г., Анализ политических текстов : учебное пособие / А.Г. Алтунян - М. : Логос, 2016. - 384 с. - ISBN 978-5-98704-479-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044797.html> (дата обращения: 21.01.2020).
2. Гринберг Т.Э., Политические технологии: PR и реклама : Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - ISBN 978-5-7567-0639-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706390.html> (дата обращения: 21.01.2020).
3. Солганик Г.Я., Язык СМИ и политика / Под ред. Г.Я. Солганика - М. : Издательство Московского государственного университета, 2012. - 952 с. - ISBN 978-5-211-06291-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211062917.html> (дата обращения: 21.01.2020).

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Горохов В.М., Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникационные стратегии : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 198 с. - ISBN 978-5-7567-0598-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705980.html> (дата обращения: 21.01.2020).
2. Парр Б., Ловушка для внимания: Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту / Бен Парр ; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 276 с. - ISBN 978-5-9614-4988-4 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961449884.html> (дата обращения: 21.01.2020).
3. Кузьменкова М.А., Связи с общественностью: гражданский диалог : учебное пособие / Кузьменкова М.А. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2010. - 288 с. - ISBN 978-5-211-05809-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211058095.html> (дата обращения: 21.01.2020).

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Катайцев Е.В. Политический PR. Реклама в печатных СМИ: методические рекомендации к изучению курса (на правах рукописи).

9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Библиотека КГУ : www.dspace.kgsu.ru
2. Электронно-библиотечная система «Znaniy.com»: www.znaniy.com.
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: www.studentlibrary.ru.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Политический PR

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность: Реклама и связи с общественностью

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ (72 академических часа)
Семестр: 8 (очная форма обучения)
9 (очно-заочная и заочная форма обучения)
Форма промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины:

Теоретические основы политического PR.
Планирование политических кампаний.