

Приложение к рабочей программе дисциплины

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Политический PR»

*Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений
Заочная форма обучения*

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Рассмотрение проблем связей с общественностью в политической сфере, в частности технологии организации избирательных кампаний, способов изучения избирательного рынка, методик конструирования имиджа политических лидеров и партий, коммуникативных стратегий в политической кампании
Содержание дисциплины	Технология коммуникации в политической сфере. Содержание деятельности, структура службы PR и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти. Служба PR в избирательной кампании. Методика организации пресс-конференций и брифингов по политическим проблемам. Подготовка пресс-релиза. Взаимодействие и разграничение полномочий пресс-служб и служб связей с общественностью в сфере политики. Этика отношений с прессой. Координация действий и коммуникации как условие успешной деятельности службы PR в политической сфере. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественно-политической сфере. Система контроля за реализацией программ и планов. Методологические принципы и приемы формирования оптимальной структуры службы по связям с общественностью в органах государственной власти на региональном и федеральном уровнях. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы PR и особенности их реализации в политической сфере. Служба связей с общественностью в информационно-аналитическом сопровождении избирательной кампании. Служба PR и муниципальные выборы. Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандидата, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.
Формируемые компетенции	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений ПК-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-2.1 Демонстрирует способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты УК-2.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ

	УК-2.3 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты ПК-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПК-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПК-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы проектной деятельности Правоведение Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально-ориентированными НКО Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью Основы брендинга Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Психология рекламы Антикризисный PR Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Методология и методы исследований в коммуникационной сфере Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности Профессионально-ознакомительная практика Проектно-организационная практика Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) самостоятельная работа студента
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой