

Приложение к рабочей программе дисциплины
Политический PR

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 учебного плана, формируемая участниками образовательных отношений
форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	108/3
Цель изучения дисциплины	формирование представления у обучающихся о политическом PR, формах и методах его осуществления, принципах организации и проведения PR-кампаний, взаимодействия политической власти с социальными и политическими институтами, а также о особенностях репрезентации субъектами политической коммуникации своей деятельности с различными группами общественности
Содержание дисциплины	Тема 1. Технология коммуникации в политической сфере. Формирование структуры, планирование и методика организации деятельности службы связей с общественностью при решении политических задач. Тема 2. Содержание деятельности, структура службы связей с общественностью и особенности функционирования структурных подразделений в органах государственной власти. Служба связей с общественностью в избирательной кампании. Тема 3. 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. Тема 4. Методика разработки долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных программ деятельности службы связей с общественностью в политической сфере. Система контроля за реализацией программ и планов. Тема 5. Программно-целевой и линейный подходы к определению структуры службы связей с общественностью при решении политико-управленческих задач. Методологические принципы и организационные приемы формирования оптимальной структуры службы связей с общественностью в органах государственной власти федерального и регионального уровня Тема 6. Аналитическая, планировочная, координирующая, административная, производственная функции службы связей с общественностью и особенности их реализации в политической сфере. Служба связей с общественностью в информационно-аналитическом сопровождении избирательной кампании. Тема 7. Постановка задач и выбор методик их реализации на стадии завоевания и удержания политической власти. Служба связей с общественностью и муниципальные выборы. Организация взаимодействия службы связей с общественностью и избирательного (предвыборного) штаба кандидата, политической партии, избирательного объединения, избирательного блока.
Формируемые компетенции (коды)	УК-2 ПК-1
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 Общественный проект "Обучение служением" 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 Теория и практика рекламы и связей 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) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой