

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Паблик рилейшнз политических партий и общественных организаций БЗ.ДВ.3

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сунцов А.В.

Рецензент(ы):

Беляков Роман Юрьевич

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Сунцов А.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций ,
Anton.Suncov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- ознакомить студентов со структурой и основными направлениями PR-деятельности в политической сфере;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических PR-кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения PR-кампаний политических партий и общественных организаций;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;
- совершенствовать современные теорико-методологические представления Связей с общественностью в политической сфере, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.3 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Курс "Паблик рилейшнз политических партий и общественных организаций" относится к числу базовых курсов в подготовке магистра. На курс "Паблик рилейшнз политических партий и общественных организаций" могут в той или иной степени опираться различные последующие по времени изучения дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение коммуникативных аспектов науки в подготовке магистра.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-10 (общекультурные компетенции)	использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования
ОК-17 (общекультурные компетенции)	знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии
ОК-6 (общекультурные компетенции)	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ОК-8 (общекультурные компетенции)	осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-2 (профессиональные компетенции)	владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- навыки работы в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;
- методики планирования PR-кампаний политических партий и общественных организаций, во время и вне избирательного процесса и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по данным направлениям;
- базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере политического PR, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- базовые навыки медиапланирования.

2. должен уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации, экономики, производства, торговли, культуры, спорта, Интернете, социальных сетях;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- участвовать в проектировании в области деятельности по связям с общественностью политической партии, общественной организации (НКО), обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;
- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение политической рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические в рамках традиционных и современных средств распространения информации, в т.ч. Интернет;
- организовать и провести маркетинговое и социологическое исследование: наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью изучения общественного мнения, повышения имиджа и конкурентной позиции PR-субъекта; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;

проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках политических PR-кампаний.

3. должен владеть:

- терминологическим аппаратом Связей с общественностью;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации, экономики, производства, торговли, культуры, спорта, Интернете, социальных сетях;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- участвовать в проектировании в области деятельности по связям с общественностью политической партии, общественной организации (НКО), обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;
- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение политической рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические в рамках традиционных и современных средств распространения информации, в т.ч. Интернет;
- организовать и провести маркетинговое и социологическое исследование: наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью изучения общественного мнения, повышения имиджа и конкурентной позиции PR-субъекта; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках политических PR-кампаний.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Функции PR в политической сфере. Организационная роль и функции PR. Формы PR в политической сфере Пропаганда и PR. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.	8		6	6	0	устный опрос
2.	Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура	8		6	6	0	устный опрос
3.	Тема 3. PR как профессия. Функции PR-менеджера (имиджмейкер, спичрайтер, пресс-секретарь). Формы и методы работы со СМИ. Предвыборное выступление. Манипулятивные приемы политической пропаганды.	8		6	6	0	устный опрос
4.	Тема 4. Управление PR-деятельностью в политике. Коммуникативное пространство и его организация. Технологии ?раскрутки? кандидата. Слухи как часть PR-кампании.	8		4	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Политические PR-кампании: понятие, сущность, типология. Виды, модели и стратегии кампании. Политический маркетинг.	8		4	4	0	устный опрос
6.	Тема 6. Приемы политической популяризации в PR-практике. Факторы, влияющие на формирование политического имиджа. Имиджевые характеристики. Приемы и методы противодействия дискредитации ("грязным" технологиям).	8		2	2	0	устный опрос
7.	Тема 7. Новые коммуникационные технологии в политическом PR. Современные технологии предвыборной борьбы. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.	8		2	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Политические кризисы и PR. Политический кризис, его основные признаки и характеристики. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом.	8		2	2	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
9.	Тема 9. Этические и правовые нормы в PR-деятельности. Этическая, правовая и политическая ответственность. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR.	8		2	2	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			34	34	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Функции PR в политической сфере. Организационная роль и функции PR. Формы PR в политической сфере Пропаганда и PR. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Организационная роль и функции PR. История и современность: пропаганда и PR. Формы PR в политической сфере. PR и пропаганда: национальные особенности в политической системе Российской Федерации. PR в контексте формирования национальной идеологии. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Роль и функции PR в политике. Роль политических PR в современном обществе. 2. Соотношение понятий ?Связи с общественностью? и ?Пропаганда?. 3. Роль и технологии Политических PR в избирательных кампаниях.

Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Общие принципы деятельности, ресурсы и статус PR-отделов в органах государственной власти и управления. Основные цели и направления деятельности на федеральном, региональном и местном уровнях. Методы и технологии взаимодействия с целевыми группами. Организационные формы: пресс-служба, пресс-центр, информационно-аналитический центр, комитет по связям с общественностью. Особенности работы PR-отделов в органах законодательной, исполнительной и судебной власти. PR-деятельность в сфере местного самоуправления. Специфика деятельности PR-отдела в некоммерческом секторе. Фандрайзинг. Роль PR в укреплении социального партнерства.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Особенности работы PR-отделов в органах законодательной, исполнительной и судебной власти. 2. Особенности PR деятельности в некоммерческом секторе.

Тема 3. PR как профессия. Функции PR-менеджера (имиджмейкер, спичрайтер, пресс-секретарь). Формы и методы работы со СМИ. Предвыборное выступление. Манипулятивные приемы политической пропаганды.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Функции PR-менеджера (имиджмейкер, спичрайтер, пресс-секретарь). Имиджмейкер. Спичрайтер. Пресс-секретарь. Формы и методы работы со СМИ. Особенности теле- и радиоаудитории. Факторы влияния на телезрителя. Особенности заказного интервью. Предвыборное выступление. Манипулятивные приемы политической пропаганды.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Формы и методы работы специалиста по связям с общественностью со СМИ. 2. Интервью как метод исследования в рамках политической PR-кампании. 3. Приемы политической пропаганды.

Тема 4. Управление PR-деятельностью в политике. Коммуникативное пространство и его организация. Технологии ?раскрутки? кандидата. Слухи как часть PR-кампании.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Коммуникативное пространство и его организация. Технологии искусства раскрутки кандидата. Слухи как часть PR-кампании (типы, причины возникновения, механизмы распространения, управление).

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Особенности организации коммуникативного пространства. 2. Виды избирательных стратегий.

Тема 5. Политические PR-кампании: понятие, сущность, типология. Виды, модели и стратегии кампании. Политический маркетинг.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Виды, модели и стратегии кампании. Политический маркетинг. Выбор кандидата. Партийные прогнозы. Общественная ситуация. Реальные прогнозы. Проблемы асимметрии партийных и реальных прогнозов.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие ?политическая PR-кампания? в системе политического PR. 2. Виды политических PR-кампаний: достоинства и недостатки. 3. Особенности региональных политических PR-кампаний в России.

Тема 6. Приемы политической популяризации в PR-практике. Факторы, влияющие на формирование политического имиджа. Имиджевые характеристики. Приемы и методы противодействия дискредитации ("грязным" технологиям).

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Факторы, влияющие на формирование политического имиджа. Имиджевые характеристики. Технологии популяризации кандидата. Создание рекламного модуля. Правила подготовки ТВ-ролика. Факторы влияния на телезрителя. Приемы и методы противодействия дискредитации ("грязным" технологиям). Продвижение известного (нового) кандидата.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Политический маркетинг: понятие, сущность, теоритические и практические аспекты. 2. Проблемы формирования политического маркетинга в России. 3. Проблемы асимметрии партийных и реальных прогнозов.

Тема 7. Новые коммуникационные технологии в политическом PR. Современные технологии предвыборной борьбы. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Современные технологии предвыборной борьбы. Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Современные технологии предвыборной борьбы. 2. Легитимизация информации. 3. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации в системе политических PR-кампаний.

Тема 8. Политические кризисы и PR. Политический кризис, его основные признаки и характеристики. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Кризис и общественные отношения. Политический кризис, его основные признаки и характеристики. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом. Роль PR-технологий расширении общественного диалога.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Классификация политических кризисов в связях с общественностью. 2. Интернет-кризис: сущность, понятие, характерные особенности 3. Модели управления кризисом: ?ищем решаем?, Горварда Чейза, Ли Якокка.

Тема 9. Этические и правовые нормы в PR-деятельности. Этическая, правовая и политическая ответственность. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этика и ответственность в PR. Национальные традиции и политическая корректность. Этическая, правовая и политическая ответственность. Нравственность выбора кандидата. Выражение воли народа или политическая манипуляция. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Положительные и отрицательные последствия PR-деятельности 2. Показатели профессионального статуса в сфере PR. 3. Профессиональные объединения в сфере PR. 4. Аккредитация, лицензирование, сертификация PR-деятельности.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Функции PR в политической сфере. Организационная роль и функции PR. Формы PR в политической сфере Пропаганда и PR. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. PR как профессия. Функции PR-менеджера (имиджмейкер, спичрайтер, пресс-секретарь). Формы и методы работы со СМИ. Предвыборное выступление. Манипулятивные приемы политической пропаганды.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Управление PR-деятельностью в политике. Коммуникативное пространство и его организация. Технологии ?раскрукки? кандидата. Слухи как часть PR-кампании.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Политические PR-кампании: понятие, сущность, типология. Виды, модели и стратегии кампании. Политический маркетинг.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. Приемы политической популяризации в PR-практике. Факторы, влияющие на формирование политического имиджа. Имиджевые характеристики. Приемы и методы противодействия дискредитации ("грязным" технологиям).	8		подготовка к устному опросу	10	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. Новые коммуникационные технологии в политическом PR. Современные технологии предвыборной борьбы. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
8.	Тема 8. Политические кризисы и PR. Политический кризис, его основные признаки и характеристики. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом.	8		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
9.	Тема 9. Этические и правовые нормы в PR-деятельности. Этическая, правовая и политическая ответственность. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR.	8		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
	Итого				76	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- чтение и анализ фрагментов философских текстов;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.

□ коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Функции PR в политической сфере. Организационная роль и функции PR. Формы PR в политической сфере Пропаганда и PR. Современные политические избирательные кампании и технологии. Избирательная система России.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Роль и функции PR в политике. Роль политических PR в современном обществе. 2. Соотношение понятий ?Связи с общественностью? и ?Пропаганда?. 3. Роль и технологии Политических PR в избирательных кампаниях.

Тема 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления и некоммерческих организациях: особенности функционирования, основные задачи, структура

устный опрос , примерные вопросы:

1. Особенности работы PR-отделов в органах законодательной, исполнительной и судебной власти. 2. Особенности PR деятельности в некоммерческом секторе.

Тема 3. PR как профессия. Функции PR-менеджера (имиджмейкер, спичрайтер, пресс-секретарь). Формы и методы работы со СМИ. Предвыборное выступление. Манипулятивные приемы политической пропаганды.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Формы и методы работы специалиста по связям с общественностью со СМИ. 2. Интервью как метод исследования в рамках политической PR-кампании. 3. Приемы политической пропаганды.

Тема 4. Управление PR-деятельностью в политике. Коммуникативное пространство и его организация. Технологии ?раскрутки? кандидата. Слухи как часть PR-кампании.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Особенности организации коммуникативного пространства. 2. Виды избирательных стратегий.

Тема 5. Политические PR-кампании: понятие, сущность, типология. Виды, модели и стратегии кампании. Политический маркетинг.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Понятие ?политическая PR-кампания? в системе политического PR. 2. Виды политических PR-кампаний: достоинства и недостатки. 3. Особенности региональных политических PR-кампаний в России.

Тема 6. Приемы политической популяризации в PR-практике. Факторы, влияющие на формирование политического имиджа. Имиджевые характеристики. Приемы и методы противодействия дискредитации ("грязным" технологиям).

устный опрос , примерные вопросы:

1. Политический маркетинг: понятие, сущность, теоретические и практические аспекты. 2. Проблемы формирования политического маркетинга в России. 3. Проблемы асимметрии партийных и реальных прогнозов.

Тема 7. Новые коммуникационные технологии в политическом PR. Современные технологии предвыборной борьбы. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Современные технологии предвыборной борьбы. 2. Легитимизация информации. 3. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации в системе политических PR-кампаний.

Тема 8. Политические кризисы и PR. Политический кризис, его основные признаки и характеристики. Роль PR-технологий в управлении политическим кризисом.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Классификация политических кризисов в связях с общественностью. 2. Интернет-кризис: сущность, понятие, характерные особенности 3. Модели управления кризисом: ?ищем решаем?, Горварда Чейза, Ли Якокка.

Тема 9. Этические и правовые нормы в PR-деятельности. Этическая, правовая и политическая ответственность. Роль законодательных и исполнительных органов в деятельности PR.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Положительные и отрицательные последствия PR-деятельности 2. Показатели профессионального статуса в сфере PR. 3. Профессиональные объединения в сфере PR. 4. Аккредитация, лицензирование, сертификация PR-деятельности.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Основные понятия и категории политических PR-технологий.
2. Основные способы привлечения ресурсов в политической коммуникации - агитация, пропаганда, реклама и связи с общественностью.
3. Понятие "политическая PR кампании", ее характеристики и значение.
4. Виды политических PR-кампаний: достоинства и недостатки.
5. Факторы, влияющие на выбор вида политической PR-кампании.
6. Особенности политической PR-кампании в российских условиях (региональный аспект).
7. PR технологии как воплощение политического воздействия.
8. Маркетинговые и немаркетинговые технологии в кампаниях в политической сфере.
9. Решение электоральных задач при использовании наработанных приемов организации и проведения политических PR-кампаний.
10. История создания профессионального рынка деятельности по организации и проведению политических PR-кампаний.
11. Стратегия и тактика политических PR-кампаний.
12. Выделение целевых групп общественности в рамках политических PR-кампаний.
13. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий.
14. Классические модели планирования и проведения политических PR-кампаний: шестиэтапная модель планирования и проведение кампании по RACE-формуле.
15. SWOT - анализ при выборе стратегии.
16. Предвыборная реклама в СМИ: типы СМИ и их влияние на общественность. Основы анализа при медиапланировании.
17. Новостной менеджмент. Новость и акция - средства создания известности.
18. Взаимодействие с журналистами, методы работы.
19. Специфика, виды, примеры и противодействие "грязных" политических PR-технологий.
20. Манипуляция и фальсификация в политических PR-кампаний. Характерные признаки манипуляции.
21. Модели связей с общественностью в государственном секторе.
22. Особенности и форматы работы с целевыми аудиториями и Сети.
23. Антикризисный PR.
24. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП.
25. Стадии кризиса с точки зрения PR.

26. Виды кризиса в общественно-политическом секторе.
27. Особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях.
28. Фандрайзинг: понятие, сущность.
29. PR - технологии на выборах.
30. Регулирования профессиональной деятельности PR-специалиста.

7.1. Основная литература:

1. Гундарин, М. В. Книга руководителя PR-отдела / М. В. Гундарин. ? СПб.: ПИТЕР, 2006. ? 368 с.
2. Зельнов, А.Б. Связи с общественностью в социальной сфере / А. Б. Зельнов. ? СПб.: Издво Михайлов и партнеры, 2008. ? 510 с.
3. Королько, В. Г. Основы паблик рилейшнз / В. Г. Королько. ? Киев, 2003. ? 528 с.
4. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти: учебное пособие / А. Ю. Русаков. ? СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2006.
5. Связи с общественностью как социальная инженерия / В. А. Ачкасова (и др.); под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. ? СПб.: Речь, 2005.
6. Синяева, И. М. Маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева. ? М.: Дашков и К, 2007
7. Татарина, Г. Н. Управление общественными отношениями : учебник / Г. Н. Татарина. ? СПб.: Питер, 2004.
8. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. ? М.: Дело, 2006.

7.2. Дополнительная литература:

1. Брум, Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учебное пособие / Г. М. Брум, С. М. Катлип, А. Х. Сендер. ? М.: Вильямс, 2008.
2. Василенко, А. Б. PR крупных российских корпораций / А. Б. Василенко. ? М.: ГУ ВШЭ, 2002.
3. Векслер, А. PR для российского бизнеса / А. Векслер. ? М.: Вершина, 2006.
4. Иванова, К. А. Бесценные советы для настоящего PR-менеджера: устная коммуникация / К. А. Иванова. ? СПб.: Питер, 2006.
5. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов. ? М.: Аспект-Пресс, 2006.
6. Мюллер, А. П. Организационная коммуникация: структуры и практики / А. П. Мюллер. ? Харьков: Гуманитар. центр, 2005.
7. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. ? СПб., 2005.
8. Санаев, А. Русский пиар в бизнесе и политике / А. Санаев. ? М.: Ось-89, 2005.
9. Сухотерин, Л. Я. Информационная работа в государственном аппарате / Л. Я. Сухотерин, И. В. Юдинцев. ? М., 2007.
10. Управление общественными отношениями: учебник. ? М.: Изд-во РАГС, 2005.
11. Худоренко, Е. А. PR-технологии российских корпораций ТЭК / Е. А. Худоренко. ? М.: МГИМО, 2005.
12. Юдина, Е. Н. Креативное мышление в PR / Е. Н. Юдина. ? М.: Рип-холдинг, 2005.

7.3. Интернет-ресурсы:

Профессиональный научно-популярный журнал ?PR-Диалог? - <http://www.pr-dialog.com>

Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>

Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>

Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR - <http://www.advertology.ru/>

ЦПК ?НикколоМ? - <http://www.nikkolom.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Паблик рилейшнз политических партий и общественных организаций" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- учебно-наглядные пособия (таблицы, схемы);
- специализированные аудитории (компьютерный класс Кафедры прикладной политологии, мультимедийный класс Кафедры прикладной политологии);
- технические средства обучения (компьютерная техника, аудио-, видеоаппаратура).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях .

Автор(ы):

Сунцов А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Беляков Роман Юрьевич _____

"__" _____ 201__ г.