

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



подписано электронно-цифровой подписью

### 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 941886714

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; продемонстрировать 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:**

- Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>
- Василенко Ирина Алексеевна. Политические переговоры: Учебное пособие. Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2010. <http://znanium.com/go.php?id=232596>
- Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. Москва Аспект Пресс, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5975>
- Демидов Валерий Викторович. Информационно-аналитическая работа в международных отношениях: Учебное пособие. Москва Вузовский учебник Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=359168>
- Забурдаева Е.В. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: Учебник. Москва Аспект Пресс, 2012. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6026>
- Крупенков В.В. Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-практическое пособие. Москва Евразийский открытый институт, 2011. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6146>
- Марков Александр Анатольевич. Связи с общественностью в органах власти: Учебник. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. <http://znanium.com/go.php?id=368021>

### **7.2. Дополнительная литература:**

- Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. Социология массовой коммуникации: Учебник. Москва Альфа-М Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=404699>
- Зверева Е.Н. ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ: Теоретический курс. Москва Евразийский открытый институт, 2009. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6517>

### **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.