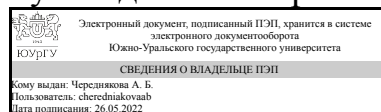


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



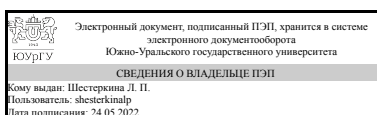
А. Б. Череднякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.35 Политический консалтинг
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

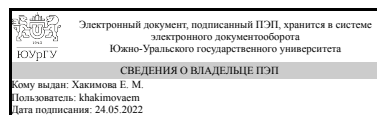
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
д.филол.н., доц., профессор



Е. М. Хакимова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - изучение особенностей современного политического консалтинга.

Задачи: 1) осмыслить причины возникновения политического консалтинга; 2) изучить технологии в области политического PR и рекламы; 3) рассмотреть кейсы, отражающие опыт успешных политических консультантов.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина "Политический консалтинг" изучает деятельность специалистов по рекламе и связям с общественностью в области политических коммуникаций; курс рассчитан на один семестр, форма контроля - зачет.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает: Специфику функционирования современных общественных и государственных институтов как одного из базовых факторов рекламной и PR-деятельности. Умеет: Выявлять важные аксиологические, юридические, экономические и иные детерминанты взаимодействия общественных и государственных институтов в политическом процессе, а также определять способы управления каналами их политической коммуникации. Имеет практический опыт: Идентификации рекламных и PR-технологий, использованных общественными и государственными структурами в ходе избирательных кампаний.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает: "Основные характеристики целевой аудитории, значимые для разработки коммуникационных продуктов в сфере политической рекламы и связей с общественностью. Умеет: Использовать новые информационные технологии для изучения запросов и потребностей отдельных целевых аудиторий и общества в целом. Имеет практический опыт: "Анализа отечественных и зарубежных медиаисточников, отражающих политические интересы, ожидания, поведение разных социальных групп. "

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.21 Психология массовых коммуникаций, 1.О.16 Статистика,	Не предусмотрены

1.О.24 Маркетинг, 1.О.19 Основы теории коммуникации, 1.О.31 История рекламы и PR, 1.О.22 Теория и практика массовой информации, Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (2 семестр)	
--	--

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

Дисциплина	Требования
1.О.24 Маркетинг	Знает: основные понятия маркетинга, факторы маркетинговой среды, критерии оценивания рынка, принципы сегментирования; виды маркетинговой информации и способы ее получения; приемы ценообразования, принципы командообразования, распределения ролей и функционала при работе с маркетинговым проектом; принципы коммуникации, приемы управления маркетинговой деятельностью на предприятии. Умеет: проводить анализ маркетинговой среды предприятия, осуществлять выбор инструментов маркетинга; определять методику оценки эффективности маркетинговых мероприятий, осуществлять выбор средств и методов коммуникации; планировать маркетинговую деятельность на предприятии. Имеет практический опыт: использования инструментов для анализа микро и макросреды; выбора инструментов комплекса маркетинга; использования и анализа эффективности применения маркетинговых технологий, планирования маркетинговых действий, работы в команде.
1.О.21 Психология массовых коммуникаций	Знает: потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности с точки зрения психологии массовых коммуникаций, теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Умеет: применять практические навыки при работе с аудиторией и анализе реальных сообщений. Имеет практический опыт: работы в области психологии массовой коммуникации, проведения исследований в области психологии массовых коммуникаций.
1.О.16 Статистика	Знает: основные инструменты, используемые для описания экономических процессов и явлений, методы построения и анализа основных статистических показателей. Умеет: строить стандартные прогнозы в профессиональной деятельности, направленные на удовлетворение общественных потребностей, использовать основные методы обработки и анализа данных наблюдений и эксперимента. Имеет практический опыт: применения современных

	методик анализа и интерпретации полученных результатов в рамках профессиональной деятельности, работы со статистическими таблицами.
1.О.19 Основы теории коммуникации	Знает: основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации. Умеет: анализировать основные проблемы социальной коммуникации, используя коммуникационные категории. Имеет практический опыт: изучения, анализа и организации групповой коммуникации; опыт групповой дискуссии.
1.О.31 История рекламы и PR	Знает: примеры лучших образцов достижений отечественной и мировой культуры. Умеет: применять многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов. Имеет практический опыт: создания медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учетом достижений мировой культуры.
1.О.22 Теория и практика массовой информации	Знает: важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов, основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью. Умеет: создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий. Имеет практический опыт: создания медиатекстов и коммуникационных продуктов, выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп.
Учебная практика, профессионально-ознакомительная практика (2 семестр)	Знает: профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; основные принципы работы в трудовом коллективе и сотрудничества с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; особенности современной медиаиндустрии и запросы рекламодателей в актуальных медиапродуктах. Умеет: решать профессиональные задачи в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; выстраивать взаимоотношения с коллегами и руководителями трудового коллектива, уважительно относиться к чужой точке зрения, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; создавать коммуникационные и медиапродукты с учетом потребностей объекта продвижения. Имеет практический опыт:

	осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации; межличностного, профессионального, официально-делового общения в трудовом коллективе с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; в создании и продвижении коммуникационных и медиапродуктов в соответствии с запросами рекламодателей.
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Изучение рекламные и PR-технологии в политике с выполнением практических заданий	5,75	5.75
Изучение политических процессов в России с выполнением практических заданий	10	10
Подготовка к зачету	10	10
Подготовка сообщения по теме "Политические консультанты: опыт работы"	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Политический консалтинг в системе связей с общественностью и рекламы	2	2	0	0
2	Из истории политического консалтинга	2	2	0	0
3	Политический процесс и политическая система	4	2	2	0
4	Специфика политического процесса в России	2	0	2	0

5	Политическое позиционирование	4	2	2	0
6	Манипуляции с информационным поводом	4	2	2	0
7	Формирование повестки дня	4	2	2	0
8	Спиндокторинг в политических коммуникациях	4	2	2	0
9	Рекламные и PR-технологии в политике	4	2	2	0
10	Политические консультанты: опыт работы	2	0	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Политический консалтинг в системе связей с общественностью и рекламы	2
2	2	Из истории политического консалтинга	2
3	3	Политический процесс и политическая система	2
4	5	Политическое позиционирование	2
5	6	Манипуляции с информационным поводом	2
6	7	Формирование повестки дня	2
7	8	Спиндокторинг в политических коммуникациях	2
8	9	Рекламные и PR-технологии в политике	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	3	Политический процесс и политическая система	2
2	4	Специфика политического процесса в России	2
3	5	Политическое позиционирование	2
4	6	Манипуляции с информационным поводом	2
5	7	Формирование повестки дня	2
6	8	Спиндокторинг в политических коммуникациях	2
7	9	Рекламные и PR-технологии в политике	2
8	10	Политические консультанты: опыт работы	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр
Изучение рекламные и PR-технологии в политике с выполнением практических заданий	Политтехнологии третьего поколения. - https://www.youtube.com/playlist?list=PLBAnu4YEjPOLSMxa2FmS09HjCDJhDQWak	7
Изучение	Константин Кынев. - https://www.youtube.com/channel/UCYVvQ9moq-	7

политических процессов в России с выполнением практических заданий	oxHxLs1fK10uA	
Подготовка к зачету	1. Ольшанский, Д. В. Политический консалтинг Учеб. пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. - СПб. и др.: Питер, 2005. - 447 с. ил. 2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454082	7
Подготовка сообщения по теме "Политические консультанты: опыт работы"	Рейтинг политтехнологов. - https://cpkr.ru/issledovaniya/budushchee/rejting-polittekhnologov/	7

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	7	Текущий контроль	Специфика политического процесса в России	1	10	Баллы начисляются 1) за ответы на вопросы по теме; 2) написание эссе. Задание 1 – 5 баллов (один балл за каждый правильный ответ на вопрос). Задание 2 – 5 баллов (актуальные примеры, логичность, структурированность, грамотность текста); 4 балла (незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах); 3 балла (несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта); 2–0 баллов (несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, нарушения языкового стандарта, отсутствие примеров либо работа не выполнена).	зачет
2	7	Текущий	Политическое	1	10	Баллы начисляются за написание эссе.	зачет

		контроль	позиционирование			10–9 баллов – эссе логично, хорошо структурировано, содержит актуальные примеры, нет нарушений языковых норм. 7–8 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах. 6 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта. 5–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.	
3	7	Текущий контроль	Манипуляции с информационным поводом в политических коммуникациях	1	10	Баллы начисляются за составление аналитической записки. 10–9 баллов – ответ логичен, хорошо структурирован, содержит актуальные примеры, нет нарушений языковых норм. 7–8 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах. 6 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта. 5–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.	зачет
4	7	Текущий контроль	Формирование повестки дня	1	10	Баллы начисляются за составление аналитической записки. 10–9 баллов – ответ логичен, хорошо структурирован, содержит актуальные примеры, нет нарушений языковых норм. 7–8 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах. 6 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта. 5–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.	зачет
5	7	Текущий контроль	Политические консультанты: опыт работы	1	20	Баллы начисляются за сообщение и электронную презентацию «Досье на героя в области политического консалтинга».	зачет

					20–18 баллов – доклад и презентация логичны, хорошо структурированы, содержат актуальные примеры, нет нарушений языковых норм. 17–14 баллов – есть незначительные недочеты в суждениях или в приведенных примерах. 13–12 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, устаревшие примеры, нарушения языкового стандарта. 11–0 баллов – несистематизированное изложение информации, фактические ошибки, отсутствие примеров, нарушения языкового стандарта либо работа не выполнена.	
6	7	Промежуточная аттестация	Задание на зачете: вопрос из списка по выбору преподавателя	-	40 На зачете происходит оценивание учебной деятельности студентов на основе оценок, полученных за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 % или желает улучшить результат. Зачет проходит в форме письменного ответа на вопрос из списка по выбору преподавателя. Зачтено: 24 - 40 (релевантная информация по проблеме, владение терминологическим аппаратом, актуальные примеры). Не зачтено 0 - 23 (отсутствие релевантной информации по предмету и актуальных примеров, незнание содержания терминов).	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Процедура проведения зачета: в назначенное время студент является в указанную аудиторию и предъявляет преподавателю зачетную книжку; преподаватель	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	выдает задание – вопрос по содержанию курса из размещенного на ресурсе «Электронный ЮУрГУ» списка; студент отвечает на вопрос письменно в течение 30 минут; преподаватель проверяет работу, указывает на допущенные ошибки, при необходимости задает дополнительные вопросы; по результатам собеседования при достаточном количестве баллов в зачетную книжку ставится зачет.	
--	---	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ОПК-2	Знает: Специфику функционирования современных общественных и государственных институтов как одного из базовых факторов рекламной и PR-деятельности.	+	+	+	+	+	+
ОПК-2	Умеет: Выявлять важные аксиологические, юридические, экономические и иные детерминанты взаимодействия общественных и государственных институтов в политическом процессе, а также определять способы управления каналами их политической коммуникации.	+	+	+	+	+	+
ОПК-2	Имеет практический опыт: Идентификации рекламных и PR-технологий, использованных общественными и государственными структурами в ходе избирательных кампаний.	+	+	+	+	+	+
ОПК-4	Знает: "Основные характеристики целевой аудитории, значимые для разработки коммуникационных продуктов в сфере политической рекламы и связей с общественностью.	+	+			+	+
ОПК-4	Умеет: Использовать новые информационные технологии для изучения запросов и потребностей отдельных целевых аудиторий и общества в целом.	+	+			+	+
ОПК-4	Имеет практический опыт: "Анализа отечественных и зарубежных медиаисточников, отражающих политические интересы, ожидания, поведение разных социальных групп. "	+	+			+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Ольшанский, Д. В. Политический консалтинг Учеб. пособие для вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" Д. В. Ольшанский, В. Ф. Пеньков. - СПб. и др.: Питер, 2005. - 447 с. ил.
2. Соловьев, А. И. Политология : Политическая теория, политические технологии [Текст] учеб. для вузов А. И. Соловьев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 574, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Исаев, Б. А. Политические отношения и политический процесс в современной России [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению подгот. ВПО 030200 "Политология" Б. А. Исаев, Н. А. Баранов. - СПб. и др: Питер, 2009. - 394 с. 22 см.

2. Гаджиев, К. С. Политология [Текст] учебник для вузов К. С. Гаджиев, Э. Н. Примова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 383, [1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6, Политология. Международные отношения науч.-теорет. журн.: 18+ Санкт-Петербург. ун-т журнал. - СПб., 2015-
2. Политический вектор-PRO : Комплексные проблемы современной политики науч. журн. журнал. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Прикладная политология: политический консалтинг и экспертиза: учеб.-метод. пособие / отв. ред. А.В. Баранов. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. – 200 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454486
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453280
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454082
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гр и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450420
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Исаев, Б. А. История партий и партийных систем. Ч. 1. История партий : учебник и практикум для вузов / Б. А.

			Исаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07685-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451589
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Исаев, Б. А. История партий и партийных систем. Ч. 2. История партийных систем : учебник и практикум для вузов / Б. А. Исаев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 253 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07733-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451590

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. ООО "ИВИС"-База данных периодических изданий ИВИС(26.02.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Зачет, диф. зачет	450 (1)	Компьютер, проектор (мультимедийный комплекс)
Практические занятия и семинары	450 (1)	Компьютер, проектор (мультимедийный комплекс)
Лекции	450 (1)	Компьютер, проектор (мультимедийный комплекс)