

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)  
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с  
государственными требованиями к  
минимуму содержания и уровню  
подготовки выпускников по  
направлению политология и  
Положением «Об УМКД РАУ».



**Институт: Права и Политики**

**Кафедра: Политологии**

**Автор(ы): д.полит.н., доцент Устинович Е. С.**

***УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА***

**Дисциплина: Б1.О.04 Политический PR и реклама**

**Магистерская программа: «Прикладная политология»**

**Направление: 41.04.04 Политология**

**Форма обучения: очная**

**ЕРЕВАН**

# Структура и содержание УМКД

## 1. Аннотация

- 1.2. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления)
- 1.3. **Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины:** базовые знания по политической теории.

## 2. Содержание

**Цели и задачи дисциплины:** Цель учебной дисциплины состоит в формировании у обучающихся знаний теории и практики политического PR и рекламы, разработки и реализации коммуникационной стратегии в политической сфере. Задачами курса являются тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии в политической сфере, организация взаимодействия со средствами массовой информации, организация цифровых коммуникаций и др.

2.1. **Требования к уровню освоения содержания дисциплины:** Владение базовыми знаниями о целях, содержании и структуре политического PR и рекламы, об общих формах его реализации, методах, приемах и средствах управления.

2.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

2.2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

2.2.2. 2.2.3.	Виды учебной работы	Всего, в акад. часах
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>		<b>72</b>
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:		<b>18</b>
1.1.1. Лекции		<b>10</b>
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.		<b>8</b>
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов		
1.1.2.2. Кейсы		
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги		
1.1.2.4. Контрольные работы		
1.1.2.5. Другое (указать)		
1.1.3. Семинары		
1.1.4. Лабораторные работы		
1.1.5. Другие виды (указать)		
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:		<b>54</b>
1.2.1. Подготовка к экзаменам		
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)		
1.2.2.1. Письменные домашние задания		
1.2.2.2. Курсовые работы		
1.2.2.3. Эссе и рефераты		
1.2.2.4. Другое (указать)		
1.3. Консультации		
1.4. Другие методы и формы занятий		
Итоговый контроль (экзамен, зачет, диф. зачет - указать)		<b>Зачет</b>

### 2.3.2. Распределение объема дисциплины по темам и видам учебной работы

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. занятия (ак. часов)	Семина- ры (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Друг ие виды заня тий (ак. часо в)
1	2=3+4+5+6 +7	3	4	5	6	7
<b>Модуль 1.</b>						
<b>Введение</b>						
<b>Раздел 1. (название раздела)</b>						
Тема 1. Понятие политического PR и рекламы. Коммуникационная стратегия	2	1	1			
Тема 2. Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	2	1	1			
Тема 3. Организация взаимодействия со средствами массовой информации	4	2	2			
Тема 4. Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками	3	2	1			
Тема 5. Коммуникационная поддержка внешних и внутренних событий	3	2	1			
Тема 6. Организация цифровых коммуникаций в политике	4	2	2			
<b>ИТОГО</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>			

### 2.3.3 Содержание разделов и тем дисциплины

#### ***Введение***

#### **Тема 1. Понятие политического PR и рекламы**

Хронологические рамки современного периода в развитии политологии и их обоснование. Марксистский, позитивистский и постпозитивистский подходы к трактовке механизма взаимодействия общества и науки. Прямые и обратные связи между научным знанием и общественной средой. Наука как ведущая движущая сила постиндустриального общества.

Кризис рубежа 60-х – 70-х гг. XX в. как предпосылка для перехода к постиндустриальному обществу. Эколого-экономическое, социальное, внешнеполитическое, внутривнутриполитическое и культурное содержание кризиса западных обществ. Системный

характер кризиса и невозможность его разрешения в рамках индустриальной стадии развития.

Научное осмысление кризиса индустриализма и новые концепции общества. Теория постиндустриального общества. Теории информационного общества. Теории сетевого общества. Концепции «Постмодерна». Концепции транснационализма (мондиализма). Влияние научных концепций на развитие Запада в последней трети XX – начале XXI вв. Эволюционный и революционный (военный) варианты перехода к постиндустриальному обществу.

## **Тема 2. Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии**

Детализация (содержание, сроки, бюджет, ресурсы) проектов, предложенных в рамках коммуникационной стратегии. Разработка годового, квартального, месячного плана мероприятий по реализации коммуникационной стратегии.

## **Тема 3. Организация взаимодействия со средствами массовой информации**

Медиа-планирование; Генерация постоянного новостного потока; Организация онлайн- и офлайн-коммуникации с представителями СМИ; Организация и развития программ лояльности СМИ; Запуск информационных волн от лица компании и без ее формального участия; Использование и включение в повестку дня, формируемую со СМИ; Организация программ и проектов продвижения первого лица, экспертной / комментарийной, событийной кампаний.

## **Тема 4. Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками**

Идентификация ключевых экспертных организаций, экспертных групп и экспертов целевой отрасли; Интеграция представителей компании в экспертные сообщества; Организация выступлений представителей компании на мероприятиях с участием ведущих экспертов отрасли; Организация программ лояльности для экспертов / аналитиков.

## **Тема 5. Коммуникационная поддержка внешних и внутренних событий**

Разработка стратегии и тактики поддержки мероприятия. Организация взаимодействия со СМИ (инициирование публикаций, работа с информационными партнерами и пр.). Организация трансляции в цифровых каналах (соцсети, сайт, Twitter-трансляция и пр.). Формирование контента мероприятия (презентации, фото, видео, интервью и пр.). Работа со спикерами на мероприятии (организация интервью, пресс-подходов и пр.).

## **Тема 6. Организация цифровых коммуникаций в политике**

Разработка, внедрение, развитие и продвижение интернет- и интранет-систем. Организация присутствия в социальных сетях, форумах и блогах.

2.3.4 Краткое содержание семинарских/практических занятий: чтение лекции, проведение опросов и управленческих игр.

### 2.3. Распределение весов по модуля и формам контроля

Формы контролей	Веса форм текущих контролей в результирующих оценках текущих контролей			Веса форм промежуточных контролей в оценках промежуточных контролей			Веса оценок промежуточных контролей и результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей			Веса итоговых оценок промежуточных контролей в результирующей оценке промежуточных контролей	Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 <sup>1</sup>	M2	M3	M1	M2	M3	M1	M2	M3		
Вид учебной работы/контроля	M1 <sup>1</sup>	M2	M3	M1	M2	M3	M1	M2	M3		
Контрольная работа						0.5					
Тест											
Курсовая работа											
Лабораторные работы											
Письменные домашние задания											
Реферат											
Эссе			1								
Опрос											
Другие формы (Указать)											
Веса результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей									0.5		
Веса оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей											
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей											
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей											
Вес итоговой оценки 3-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей										1	
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля											1
Экзамен/зачет (оценка итогового контроля)											0
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$

<sup>1</sup> Учебный Модуль

## Стобалльная шкала оценки качества знаний студентов РАУ

Критерии дифференциации при оценке качества знаний студентов РАУ	Интервалы оценок качества знаний студентов РАУ*	Буквенные эквиваленты оценок знаний студентов РАУ
<b>Для квалификационных дисциплин</b>		
ОТЛИЧНО: Выдающиеся знания с незначительными недостатками	$(88 \leq x \leq 100)$	A
ОЧЕНЬ ХОРОШО: Знания выше среднего стандарта, но с некоторыми недостатками	$(76 \leq x < 88)$	B
ХОРОШО: Обычные надежные знания с незначительными недостатками	$(64 \leq x < 75)$	C
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО: Неплохие знания, но со значительными недостатками	$(52 \leq x < 64)$	D
ДОСТАТОЧНО: Знания соответствуют минимальным критериям	$(40 \leq x < 52)$	E
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО: Неприемлемый уровень знаний и требуется некоторая дополнительная работа для получения соответствующих академических кредитов	$(20 \leq x < 40)$	FX
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО: Совершенно неприемлемый уровень знаний и требуется значительная дополнительная дальнейшая работа для получения соответствующих академических кредитов.	$(0 \leq x < 20)$	F

### 3. Теоретический блок

#### 3.1. Материалы по теоретической части курса

1. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-3082-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/106718> (дата обращения: 22.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-7255-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156925> (дата обращения: 22.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### 3.1.1. Дополнительная литература:

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 131 с. — ISBN 978-5-394-02789-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/103778> (дата обращения: 22.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Коршикова, М. В. PR-менеджмент : учебное пособие / М. В. Коршикова. — Ставрополь : СтГАУ, 2018. — 92 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/141585> (дата обращения: 22.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Ланцова, И. В. Политология: кейс-задания, упражнения, тесты : учебное пособие / И. В. Ланцова, С. В. Карасёв. — Иркутск : ИРНИТУ, 2019. — 176 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/164018> (дата обращения: 22.02.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## 4. Материалы по оценке и контролю знаний

### а. Перечень приблизительных вопросов для зачета.

1. Функции PR в политической сфере.
2. Роль PR-технологий в контексте формирования национальной идеологии.
3. Национальные традиции и политическая корректность.
4. PR-менеджер (политехнолог) как профессия.
5. PR-кампании (виды, стратегии, тактики).
6. Разработка коммуникационной стратегии политической организации.
7. Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками.
8. Коммуникационная поддержка внешних и внутренних событий.
9. Организация цифровых коммуникаций.
10. Организация публичных коммуникаций.