

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Коммуникации в политических процессах и институтах»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: дать базовое представление о видах, формах, инструментах политических коммуникаций и их комплексной реализации в современной мировой и российской практике.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить сущность, особенности и структуру политических коммуникаций, дефиниции данного понятия, формы, каналы, средства и уровни политической коммуникации, обозначить основных субъектов (актеров, агентов);
- составить представление об основных теориях политических коммуникациях, подходах к их изучению и исследовательских традициях;
- дать обзор маркетинговых и немаркетинговых инструментов в применении к политическим коммуникациям; обозначить роль и суть пропаганды, ее функции и типы, а также составить представление об агитации и применяемых в рамках политических коммуникаций агитационных технологиях;
- изучить особенности маркетингового подхода и брендинга к разработке политических коммуникаций, понятие «политический имидж», этапы и инструменты его формирования, в т.ч имидж политического лидера, рассмотреть отличительные черты ПР в политике и составить обзорно представление о ПР-технологиях;
- ознакомиться с понятием политической рекламы, ее происхождением, видами и особенностями, изучить специфику и формы предвыборной политической рекламы, а также особенности использования политической рекламы государственными структурами;
- освоить понятие «информационной кампании», основные этапы ее планирования и проведения, ознакомить с критериями эффективности информационных кампаний в сфере политики; составить представление о тенденциях развития политических коммуникаций и показать роль и значение новых медиа, включая обзор их характеристик как форм коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Коммуникации в политических процессах и институтах» Б1.Б29 относится к базовой части дисциплин. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины Демография и социальная статистика, Социальные институты и процессы, Основы теории коммуникации, Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Философия, Основы проектного управления, Методы научных исследований, Информатика). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов, изучаемых в рамках дисциплин: Технологии имиджмейкинга, Теория и практика массовой информации, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Планирование рекламных кампаний, Планирование ПР-кампаний, Связи с

общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Современные финансовые инструменты в социальном предпринимательстве, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Полученные компетенции являются основой изучения последующих дисциплин: Основы брендинга, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Поведение потребителей.

Заочная форма

Дисциплина «Коммуникации в политических процессах и институтах» Б1.Б29 относится к базовой части дисциплин. Изучается в 9 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины Демография и социальная статистика, Социальные институты и процессы, Основы теории коммуникации, Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Философия, Основы проектного управления, Методы научных исследований, Информатика). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов, изучаемых в рамках дисциплин: Технологии имиджмейкинга, Теория и практика массовой информации, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Планирование рекламных кампаний, Планирование PR-кампаний, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Современные финансовые инструменты в социальном предпринимательстве, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Основы брендинга, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Поведение потребителей.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: сущность, назначение, особенности, каналы и уровни политических коммуникаций; правила, структуру и условия реализации политико-коммуникативных кампаний; теории политических коммуникаций, модели, технологии, приемы, техники их осуществления; современные тенденции в сфере политических коммуникаций и роль Интернета в них. • Уметь: применять различные политических коммуникаций, технологии пропаганды, создания и поддержания имиджа, рекламные и PR-технологии, применяемые в политических целях, в том числе и избирательных компаниях. • Владеть базовыми навыками отбора и сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний; осуществления эффективной политической коммуникации; написания PR-текстов и разработки рекламных сообщений,

	применяемых в этой сфере.
УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные этапы процесса разработки и реализации коммуникативных кампаний в политической сфере, источники и методы получения информации по состоянию социально-политических проблем и общественного мнения • Уметь: : Анализировать информацию для принятия обоснованных решения в профессиональной сфере, оценивать риски, неблагоприятные последствия для организаций политических кампаний • Владеть: Методами анализа ситуации, проблем развития политических институтов с различными целевыми аудиториями
Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единиц

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий;
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях
- подготовка к зачету.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами), проверки выполнения домашних практических заданий, а также проверки освоения обучающимися учебной и научной литературы по вопросам, изучаемым в рамках учебной дисциплины.

Промежуточный контроль осуществляется путем подготовки докладов, презентаций, выполнение домашних заданий.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета по утвержденной программе.