

**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 (акторов, 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» относится к дисциплинам по выбору. 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: Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов, изучаемых в рамках дисциплин: Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Основы интегрированных коммуникаций Внутрифирменные коммуникации Коммуникационный менеджмент Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью PR в сфере культуры, учебная и производственные практики.

**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. Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Организация рекламных и ПР-мероприятий Современная пресс-служба Планирование антикризисных коммуникаций, преддипломная практик, ГИА.

Заочная форма

Дисциплина «Коммуникации в политических процессах и институтах» относится к дисциплинам по выбору. 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: Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов, изучаемых в рамках дисциплин: Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Основы интегрированных коммуникаций Внутрифирменные коммуникации Коммуникационный менеджмент Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью PR в сфере культуры, Основы брендинга, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Поведение потребителей. Консалтинг в рекламе и связях с общественностью Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Организация рекламных и ПР-мероприятий Современная пресс-служба Планирование антикризисных коммуникаций, учебная и производственные практики, ГИА

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p><b>Знать:</b> 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.</p> <p><b>Уметь:</b> применять различные технологии политических коммуникаций, технологии пропаганды, создания и поддержания имиджа, в том числе и в избирательных компаниях.</p> <p><b>Владеть</b> базовыми навыками отбора и сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний; осуществления эффективной политической коммуникации; написания ПР-текстов и разработки рекламных сообщений, применяемых в этой сфере.</p>
ПК-5 Способность владеть навыками подготовки аналитических справок, обзоров	<p><b>Знать:</b> основные этапы процесса разработки и реализации коммуникативных кампаний в политической сфере, источники и методы получения информации по состоянию</p>

и прогнозов	<p>социально-политических проблем и общественного мнения</p> <p><b>Уметь:</b> : Анализировать информацию для принятия обоснованных решения в профессиональной сфере, оценивать риски, неблагоприятные последствия для организаций политических кампаний</p> <p><b>Владеть:</b> Методами анализа ситуации, проблем развития политических институтов с различными целевыми аудиториями</p>
-------------	--

#### 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.