

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» 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 рекламы и ПР-деятельности и основополагающие маркетинговые категории. Предшествующие дисциплины: «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Внутрифирменные коммуникации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций», учебная и производственные практики.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

«Основы интегрированных коммуникаций», «Основы брендинга», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Управление общественным мнением», «PR в сфере культуры», «Поведение потребителей», «Организация рекламных и PR-мероприятий», преддипломная практика, 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 рекламы и PR-деятельности и основополагающие маркетинговые категории. Предшествующие дисциплины: «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Внутрифирменные коммуникации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Поведение потребителей», учебная и производственные практики.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей или читается параллельно: «Основы интегрированных коммуникаций», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Основы брендинга», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов», «PR в сфере культуры», преддипломная практика, ГИА.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код и наименование реализуемой компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с содержанием программы достижения компетенций |
|--|--|
| ОПК 2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | 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. 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: 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. Методами анализа ситуации, проблем развития политических институтов с различными целевыми аудиториями |
|--|--|

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.