

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра политических наук

**Авторы-составители: Мышковская Марите Викторовна
Сурсанова Юлия Валерьевна
Пунина Ксения Александровна
Шевцова Ирина Константиновна**

**Рабочая программа дисциплины
ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ, PR И GR-МЕНЕДЖМЕНТ
Код УМК 82465**

Утверждено
Протокол №7
от «20» мая 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Политический консалтинг, PR и GR-менеджмент

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **41.03.04** Политология
направленность Программа широкого профиля

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Политический консалтинг, PR и GR-менеджмент** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

41.03.04 Политология (направленность : Программа широкого профиля)

ПК.12 способность к участию в проведении политических кампаний, к использованию знаний об избирательных технологиях и других видах политической мобилизации

ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса

ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире

ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	41.03.04 Политология (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	9,10
Объем дисциплины (з.е.)	6
Объем дисциплины (ак.час.)	216
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	84
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	56
Проведение лабораторных работ, занятий по иностранному языку	0
Самостоятельная работа (ак.час.)	132
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (15) Итоговое контрольное мероприятие (2) Необъективируемое контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (9 триместр) Экзамен (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

1. Политический консалтинг и GR-менеджмент

Раздел "Политический консалтинг и GR-менеджмент" нацелен на формирование у студентов знаний, умений и навыков в сфере политического консалтинга и связей с общественностью и с органами власти. В процессе изучения дисциплины студенты должны проанализировать отечественные и зарубежные теоретические источники, раскрывающие состояние политического консалтинга в США, странах Западной Европы и России, научиться проводить диагностику политической ситуации и состояния политической напряженности в обществе и различных социально-политических структурах.

Введение в курс. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности

Появление политических консультаций. Развитие консультационных услуг по созданию имиджа политических лидеров. Развитие комплексной системы сбора и обработки информации, предшествующей предложению и оказанию консультационных услуг в политической сфере.

Превращение эпизодических политических консультационных услуг в индустрию бизнеса и управления политической сферой.

Становление и развитие политического консалтинга как методологического механизма систематической диагностики состояния политического рынка, системы политических консультационных услуг, регулирования состояния политической напряженности и прогнозирования будущего состояния политических систем.

Политическое консультирование как механизм обеспечения политического процесса и совершенствования управленческой деятельности. Предпосылки возникновения потребности в политическом консалтинге. Задачи консультирования (снижение деловых и политических рисков, составление рекомендаций и пр.). Основные формы и типы политического консультирования. Типология консультирования М. Кубра. Критерии эффективности политического консультирования. Стадии консультирования.

Понятие GR и теоретические основы GR-деятельности.

Понятие GR и соотношение с понятиями Public policy, Public Affairs, Public Relations. Сущность GR, основные направления. Политическая и социальная роль GR. Теоретические основания GR. Концепция governance. Плюрализм, неоплюрализм, некорпоративизм, теория политических сетей.

Неоинституционализм. Теория игр, теория транзакционных издержек, теория контрактов, теория прав собственности. Теория патрон-клиентских отношений.

Факторы развития GR в России. Особенности механизмов GR в России. Рынок GR услуг в России.

Типология политических консультантов и их функционал.

Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг и комплексное изучение политической сферы общества, региона. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний. Адаптация способностей штатных консультантов к специфике политического рынка.

Экспертный консалтинг. Процессный консалтинг. Интенсивный консалтинг. Обучающий консалтинг. Интерактивный консалтинг. Креативный консалтинг. Интегрированный консалтинг.

GR как профессиональная деятельность

Компетенции GR-специалиста. Основные задачи GR-специалиста. Виды GR услуг. Отличия GR-специалиста от лоббиста. Регулирование GR деятельности. Этика GR-специалиста.

GR деятельность в структуре предприятий. Работа отделов GR в структуре нефтегазовых компаний, металлургических компаний, телекоммуникационных холдингов, государственных компаний и корпораций, энергетических холдингов.

Спектр субъектов и объектов GR – менеджмента

Ключевые субъекты GR. Объединения бизнеса, финансово-промышленные группы, транснациональные корпорации, иностранные государства и субнациональные единицы государств, профессиональные союзы. Акторы GR в США, Германии, Канаде, Японии и др.

Акторы GR в России. Крупный бизнес, объединения бизнеса (Российский Союз Промышленников и Предпринимателей, ОПОРА РОССИИ, отраслевые объединения бизнеса). Роль объединений бизнеса в GR-деятельности.

Объекты GR. Законодательная и исполнительная власть. Объекты GR в России. Особенности взаимодействия бизнеса и Федерального собрания РФ. Взаимодействие исполнительной власти РФ и бизнеса.

Диагностика и анализ политической ситуации

Понятие и методы политической диагностики. Аудит политических структур. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов. Реализация комплекса информационных, научно-методических, нормативно-правовых, организационных и финансовых мер. Последовательность этапов политического мониторинга, операций и процедур. Особенности этапов сбора, регистрации и обработки данных. Соблюдение требований к формированию выборки, объекту исследования.

Функции мониторинга как инструмента управления политическими системами и процессами.

Принципы построения политического мониторинга: системности, адресности и предметной направленности. Организационно-правовые и финансовые отношения консалтинговых агентств с пользователями их результатов. Обеспечение надежности информации консалтинговых агентств.

Прогнозирование политических процессов и принятие политических решений

Политический консалтинг и политические технологии

Виды и функции специальных технологий. Технологии усиления, поддержки, защиты и нападения.

Технологии влияния на имидж клиента. Технологии декларирования успеха. Технологии влияния на событие. Технологии формирования условий для неизбежного выбора (технологии псевдовыбора).

Технологии влияния на существующий информационный контекст. Технологии влияния на выделенные группы субъектов. Технологии использования доминирующих мотиваций. Технологии использования мотиваций, связанных с ожиданием немедленных перемен. Технологии вовлечения в процесс политического консалтинга. Технологии управления информацией. Технологии управления событием.

Технологии защиты. Технологии маскировки планов, условий и событий. Технологии защиты от тактических приемов конкурентов. Превентивные и актуальные мероприятия.

Милтон-моделирование в политическом консалтинге.

Технологии GR-менеджмента

Виды технологий GR. Лоббирование как технология GR. Формирование общественной поддержки и способы мобилизации общественного мнения. Роль коммуникации в реализации GR. Коммуникативные практики взаимодействия с представителями органов власти. Механизмы коммуникативного взаимодействия с органами власти (А. Чумикова, М. Бочаров). Правотворческий и правоприменительный механизм. Коммуникативно-психологический механизм.

Организация GR-событий.

Мониторинг информационного поля и государственной политики как технология GR. Механизмы и особенности мониторинга государственной политики.

Роль личных контактов с представителями органов власти в реализации GR. Модели личных контактов. Модель «поиск заинтересованных лиц», модель «работа в комфортных зонах», модель «соответствие имиджу», модель «участие в неформальных группах», модель «заключение договоренностей», модель

«утаивание информации».

Институты взаимодействия бизнеса и власти. Роль институтов взаимодействия бизнеса и власти в реализации GR-стратегий бизнеса.

Социальная ответственность бизнеса и GR. Социальные инвестиции экономических субъектов.

Спонсорство. Помощь органам власти в реализации государственных функций.

GR-стратегия организации: особенности формирования

GR-стратегия как часть общей стратегии развития предприятия. Основные принципы формулирования GR-стратегии, постановка целей стратегии. Особенности постановки цели стратегии в различных отраслях бизнеса. Государственное регулирование деятельности бизнеса.

Основные этапы GR-стратегии. Календарный план реализации стратегии. Мероприятия по реализации стратегии.

Вопросы для обсуждения.

1. Факторы и этапы формирования стратегии
2. Основные компоненты стратегии
3. Методы реализации
4. Особенности GR-стратегий в различных секторах бизнеса (топливный, энергетический телекоммуникационный, банковский и др.)

Планирование политической деятельности. Управленческие решения в политической сфере.

Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге.

Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм. Реализация системы консалтинговых мер.

Управленческое консультирование. Консультации по оптимизации структуры политической организации. Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов.

Технология социально-политического моделирования.

Помощь консультантов в процессе подготовки и внедрения управленческих решений.

Итоговое контрольное мероприятие

Создание презентации 3-годичной GR стратегии крупного предприятия . Презентации могут быть созданы индивидуально или в группе , состоящей НЕ БОЛЕЕ, чем из 2 человек. Предприятие, от имени которого создается презентация, выбирается самостоятельно.

Презентация должна содержать 7 пунктов/ разделов.

1. Подробное описание целей и задач GR-стратегии
2. Обоснование необходимости проведения GR-мероприятий (анализ возможного влияния этих мероприятий на бизнес).
3. План конкретных этапов и мероприятий
4. Описание мероприятий, источников финансирования, целевой аудитории мероприятий. Мероприятия, связанные с лоббированием, должны содержать описание основных тезисов аргументации.
5. Описание требуемых изменений в законодательстве
6. Описание объектов лоббирования (можно включить в план мероприятий)
7. Другое, что необходимо для реализации конкретных целей GR-стратегии

Презентация должна соответствовать жанру презентации, текст должен быть кратким и содержательным, по необходимости должен присутствовать визуальный ряд. Презентация должна быть

выполнена в формате Power Point, содержать не менее 12-15 слайдов.

2. Политический PR

В рамках раздела "Политический PR" студенты узнают методы принятия и реализации политических решений, овладеют методиками социологического, политологического и политико-психологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок; приобретут способность к участию в организации управленческих процессов в органах власти и других политических структурах и к участию в проведении политических кампаний, научатся использовать знания об избирательных технологиях и других видах политической мобилизации, а также способность рационально организовать и планировать свою деятельность, применять полученные знания для формирования собственной жизненной стратегии.

PR как основа политического процесса

Связи с общественностью, управление общественными отношениями, коммуникационный менеджмент. Роль PR в управленческих структурах современных политических организаций. Развитие политического PR в кампаниях 1989-1995 гг., 1996-1999 гг., 2000-2008 гг., 2011-2012 гг., 2016-2018 гг.

PR и маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций в политических компаниях

Основные понятия и категории политического маркетинга. Три этапа современной кампании политического маркетинга. Маркетинг избирательной кампании. PR-технологии в избирательной кампании. Комплекс коммуникаций политического маркетинга. Связи с общественностью в политике как адресное управление общественным и корпоративным мнением в политической сфере. Модели связей с общественностью. Структура связей с общественностью в политике: цели, задачи, предмет, объект и субъекты. Коммуникативные каналы связей с общественностью в политике

Институциональная и правовая база управления связями с общественностью в сфере политики

Институциональная структура PR. Международные и российские профессиональные PR-сообщества. Правовое регулирование PR-деятельности. Избирательное право: функции PR-специалистов, предвыборная агитация, работа со СМИ, организация массовых мероприятий. Профессиональные кодексы PR-специалистов: IPRA, Лиссабонский и Афинский кодексы, Римская хартия.

Целевые аудитории PR в политической коммуникации

Политические партии и объединения как субъект PR-деятельности в политических кампаниях. Электорат как аудитория связей с общественностью в политических кампаниях. Факторы, формирующие политический выбор: идеологические факторы и политическая культура; интерес к политике; экономические и социальные факторы; демографические и географические факторы. Характер ведения избирательной кампании как фактор электорального выбора. СМИ как фактор, формирующий политический выбор. Источники политической информации. Представители СМИ как аудитория PR в политической коммуникации

Механизмы формирования общественного мнения в политической сфере

Социология общественного мнения. Социологические и психосемантические исследования массового сознания. Изучение отношения населения к политическим событиям, деятельности политических партий, течений и движений. Общественное мнение как политический институт формирования и регулирования политических отношений.

Выражение общественного мнения в средствах массовой коммуникации и опросах населения.

Социологическое изучение массовых информационных потоков в политической системе. Исследование массовых политических коммуникаций. Методы изучения механизмов формирования общественного

мнения в политической сфере.

Имиджевые стратегии. формирование политических имиджей

Типы политических имиджей. Политический имиджмейкер. Имидж политического лидера и политической структуры. Методы и приемы формирования политического имиджа. Миф в политической рекламе и формировании имиджа.

Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации. Расчет ресурсов политического влияния. Работа по привитию навыков и овладению приемами создания и поддержания политического имиджа. Консультации по методике и технике формирования и поддержания имиджа политической структуры и лидера.

Политический брендинг. Создание брендов политических партий

Политические бренды, их типы и виды. Товарный, сервисный, личный, организационный, географический, идеологический бренды, бренды-события. Бренд с расширением, зонтичный и лайн-бренды, серийные бренды. Структура политического бренда: физические составляющие (внешний вид), преимущества перед конкурентами, ценность, персонификация, легенда. Технологии формирования политических брендов. Символическая политика и брендинг. Особенности политического брендинга.

Планирование и проведение целевых политических PR-акций

Планирование политических кампаний в России. Исследование, планирование, реализация программы, оценка эффективности PR-акций.

Приемы политической борьбы. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей массового политического сознания. Программы участников политических акций. Борьба с политическими инсинуациями и фальсификациями.

Формирование уникальных политических предложений. Политические PR-акции в сферах общего управления политической структурой, деятельности политических лидеров, финансовой деятельности политической структуры, управления кадрами и расстановкой актива, информационных технологий, специализированных услуг.

Медиапланирование, специфика работы с общественно-политическими СМИ

Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы. Структура медиаплана. Календарный план и частота размещения рекламы. Показатели медиапланирования.

Стратегия и тактика применения политической рекламы в средствах массовой информации. Интенсивность и эффективность политических рекламных кампаний.

Антикризисный политический PR: технологии управления коммуникационными рисками

Политические кризисы и их типология с коммуникативной точки зрения. Применение PR в условиях кризиса: профилактическая подготовка к кризисным ситуациям или противодействие уже наступившему кризису. Противодействие кризисным ситуациям с помощью технологий public relations в Российской Федерации.

План действий по налаживанию коммуникаций во время кризиса. Оценка эффективности методов антикризисного PR.

Прямая политическая реклама

Политические плакаты и афиши. Особенности плаката как жанра. Эмоциональные методы воздействия. Политические листовки как жанр прямой политической рекламы. Основные каналы распространения. Виды листовок: имиджевые, презентационные, биографические, благодарственные, информационные,

программные, проблемные, дискредитационные, «визитная карточка», листовки-приглашения, листовки последнего дня. Политические буклеты и политические портреты. Брошюры.

Итоговое контрольное мероприятие

Создание презентации PR-кампании кандидата в губернаторы Пермского края. Презентации могут быть созданы индивидуально или в группе, состоящей НЕ БОЛЕЕ, чем из 2 человек.

Презентация должна содержать 7 пунктов/ разделов.

1. Подробное описание целей и задач PR-кампании
2. Описание целевых групп кампании
3. План конкретных этапов и мероприятий
4. Медиаплан кампании
5. Описание сформированного имиджа кандидата и мероприятий по его продвижению
6. Видеоролик о кандидате и другие виды политической рекламы
7. Другое, что необходимо для реализации конкретных целей PR-кампании

Презентация должна соответствовать жанру презентации, текст должен быть кратким и содержательным, по необходимости должен присутствовать визуальный ряд. Презентация должна быть выполнена в формате Power Point, содержать не менее 12-15 слайдов.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 244 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/438912>

2. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02436-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/433020>

Дополнительная:

1. Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010. — 408 с. — ISBN 978-5-394-00777-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система БиблиоТех : [сайт]. <https://psu.bibliotech.ru/Reader/Book/8976>

2. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-02695-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/433036>

3. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. И. Марковская [и др.] ; под редакцией Е. И. Марковской. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8762-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/433915>

4. Меньшенина Н. Н. Лоббизм. Курс лекций: Учебное пособие/Меньшенина Н. Н.- Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016, ISBN 978-5-7996-1806-3.-136. <http://www.iprbookshop.ru/69620.html>

5. Федотова Л. Н. Общественное мнение как плацдарм для "связей с общественностью": учебное пособие/Л. Н. Федотова.-Москва: Вест-Консалтинг, 2010, ISBN 978-5-903321- 82-7.-4751.-Библиогр.: с.470-475

6. Горина, Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности : учебно-методическое пособие / Е. В. Горина ; под редакцией Э. В. Чепкина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 68 с. — ISBN 978-5-7996-1807-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/66538.html>

7. Березкина О. П. Политический консалтинг: учебник для вузов/О. П. Березкина.- Москва: Академия, 2008, ISBN 978-5-7695-5303-5.-3304.-Библиогр. в конце глав и в подстроч. примеч.

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-stanovleniya-i-osnovnye-etapy-razvitiya-politicheskogo-konsaltinga-v-federalnyh-i-regionalnyh-izbiratelnyh-kampaniyah> ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО КОНСАЛТИНГА В ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИИ

<https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-politicheskij-konsalting-osobennosti-problemy-i-perspektivy-razvitiya> РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ: ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

<http://nikkolom.ru> Сайт первой в России PR-компании

<http://bukoteka.ru/item/91749> Мединский В. Негодяи и гении PR. От Рюрика до Ивана III Грозного

<https://cyberleninka.ru/article/n/pr-v-sisteme-politicheskikh-kommunikatsiy-sovremennoy-rossii> PR В СИСТЕМЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

<https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsionnoe-liderstvo-kak-innovatsionnyy-politicheskij-fenomen-v-sovremennoy-rossii> ТРАНСФОРМАЦИОННОЕ ЛИДЕРСТВО КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

<https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskij-pr-kak-vid-kommunikatsii-s-obschestvom>

Политический пр как вид коммуникации с обществом

<https://www.kommersant.ru/apps/117789> Топ-1000 российских менеджеров

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Политический консалтинг, PR и GR-менеджмент** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- 1) презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий)
- 2) доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)
- 3) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета
- 4) интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта).

Данная дисциплина не предусматривает использование специализированного ПО.

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения

ALT Linux; Libreoffice

Офисный пакет приложений.

Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.

Программа просмотра интернет контента (браузер).

Программы, демонстрации и просмотра видеоматериалов (проигрыватель).

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования

текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, оборудованная проектором, экраном для проектора, компьютером/ноутбуком, меловой и/или маркерной доской

Учебная аудитория для проведения практических занятий и семинаров, оборудованная проектором, экраном для проектора, компьютером/ноутбуком, меловой и/или маркерной доской

Учебная аудитория для проведения групповых/индивидуальных консультаций, оборудованная меловой и/или маркерной доской

Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная проектором, экраном для проектора, компьютером/ноутбуком, меловой и/или маркерной доской

Помещение для самостоятельной работы: помещения Научной библиотеки ПГНИУ: персональные компьютеры с доступом к локальной и глобальной сетям.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
 Политический консалтинг, PR и GR-менеджмент**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и
 критерии их оценивания**

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире</p>	<p>владеть знаниями о процессах политической коммуникации</p>	<p align="center">Неудовлетворител Компетенция не сформирована. Целостные непротиворечивые знания основных коммуникативных процессов, каналов массовой коммуникации, средств массовой информации, особенностей их функционирования в современном мире отсутствуют умение использовать методологического аппарат для анализа политических ситуаций отсутствует</p> <p align="center">Удовлетворительн владеет фрагментарными знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире при определении понятий и категорий допускает 1 значительную или 2 незначительных ошибки при использовании методологического аппарат для анализа политических ситуаций допускает 1 значительную или 2 незначительных ошибки</p> <p align="center">Хорошо владеет знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире умеет использовать методологический и категориальный аппарат для анализа политических ситуаций допускает 1-2 несущественные неточности</p> <p align="center">Отлично Компетенция сформирована полностью. владеет знаниями о коммуникативных</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире умеет использовать методологический и категориальный аппарат для анализа политических ситуаций</p>
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса</p>	<p>умение использовать методы политического позиционирования участниками политического процесса</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>знания и умения использовать методы политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса отсутствуют</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>владеет фрагментарными знаниями о методах политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса допускает 1 значительную или 2 незначительных ошибки при использовании методологического и категориального аппарата</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>знает методы политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса и умеет использовать их допускает 1-2 несущественные неточности</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>знает методы политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса и умеет использовать их</p>
<p>ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>иметь способность к участию в политических кампаниях разного уровня</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> <p>способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний отсутствует</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>владеет фрагментарными знаниями об участии в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Удовлетворительн допускает 1 значительную или 2 незначительных ошибки</p> <p>Хорошо имеет способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний допускает 1-2 несущественные неточности</p> <p>Отлично имеет способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>
<p>ПК.12 способность к участию в проведении политических кампаний, к использованию знаний об избирательных технологиях и других видах политической мобилизации</p>	<p>Знать варианты использования избирательных и PR-технологий при организации и проведении избирательных кампаний. Владеть навыками планирования и проведения избирательных кампаний и целевых политических PR-акций</p>	<p>Неудовлетворител не знает варианты использования избирательных и PR-технологий при организации и проведении избирательных кампаний. Не владеет навыками планирования и проведения избирательных кампаний и целевых политических PR-акций</p> <p>Удовлетворительн владеет фрагментарными знаниями о вариантах использования избирательных и PR-технологий и о планировании и проведении избирательных кампаний и политических PR-акций</p> <p>Хорошо знает варианты использования избирательных и PR-технологий при организации и проведении избирательных кампаний. Имеет способность к планированию и проведению избирательных кампаний и целевых политических PR-акций. допускает 1-2 несущественные неточности</p> <p>Отлично знает варианты использования избирательных и PR-технологий при организации и проведении избирательных кампаний. Владеет навыками планирования и проведения избирательных кампаний и целевых политических PR-акций</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 44 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 44 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Введение в курс. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности Входное тестирование	Знание и умение характеризовать субъектов политики Знание определения и этапов политического процесса Знание структуры политической системы
ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире	Типология политических консультантов и их функционал. Защищаемое контрольное мероприятие	Знания: Знание основных типов политических консультантов Знание основных консалтинговых агентств в Пермском крае и в РФ Знание принципов и направлений работы политических консультантов Умения: Умение применять знания о типах консалтинга для выстраивания коммуникативных процессов со СМИ и другими каналами коммуникации

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире</p>	<p>Спектр субъектов и объектов GR – менеджмента Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание структуры GR деятельности Умения: Умение определять и характеризовать субъект, объекты и проблемную GR Умение применять знания о технологиях GR</p>
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>Диагностика и анализ политической ситуации Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание технологии диагностики политической ситуации Знание содержания понятия "политический аудит" Знание принципов построения политического мониторинга Умения: Умение определять методику и технику проведения мониторинга социально-политических процессов</p>
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса</p>	<p>Политический консалтинг и политические технологии Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание политических технологий и их типологии Умения: Умение выделять основные технические приемы усиления и поддержки Умение подбирать технологии в зависимости от политической ситуации</p>
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>Технологии GR-менеджмента Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание принципов и структуры GR-коммуникации предприятия с различными целевыми аудиториями Умения: Умение ориентироваться в политической ситуации в зависимости от уровня принятия решений Умение применять знания о GR технологиях при разработке программы мероприятий</p>

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса	GR-стратегия организации: особенности формирования Защищаемое контрольное мероприятие	Знания: Знание основных компонентов GR-стратегии Умения: Умение выявлять факторы и этапы формирования стратегии Умение использовать методы реализации GR-стратегии умение определять особенности GR –стратегий в различных секторах бизнеса
ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний	Итоговое контрольное мероприятие Итоговое контрольное мероприятие	Умения: Умение определять и формулировать цели и задачи GR-стратегии Умение обосновывать необходимость проведения GR-мероприятий Умение составлять план конкретных этапов и мероприятий Умение описывать мероприятия, определять источники финансирования, целевую аудиторию мероприятий Умение работать с нормативно-правовыми актами

Спецификация мероприятий текущего контроля

Введение в курс. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **.5 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Знает субъектов политики и их характеристик	2
Знает определение и этапы политического процесса	2
Знает структуру политической системы	1

Типология политических консультантов и их функционал.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **4.5**

Показатели оценивания	Баллы
знает основные консалтинговые агентства в Пермском крае и в РФ	4

Ориентируется в специализации консультантов	3
Знает основные типы консалтинга (не менее 5)	3

Спектр субъектов и объектов GR – менеджмента

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **4.5**

Показатели оценивания	Баллы
Корректно определяет и характеризует субъект, объекты и проблемную GR	4
Анализирует и характеризует технологии GR	3
Знает структуру GR деятельности	3

Диагностика и анализ политической ситуации

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **4.5**

Показатели оценивания	Баллы
определяет методику и технику проведения мониторинга социально-политических процессов.	3
знает принципы построения политического мониторинга	3
знает технологии диагностики политической ситуации	2
понимает суть понятия "Политический аудит"	2

Политический консалтинг и политические технологии

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **4.5**

Показатели оценивания	Баллы
Знает типологии политических технологий (не менее 5)	5
Умеет подбирать технологии в зависимости от политической ситуации	3
Понимает и может обосновать отличия технических приемов усиления и поддержки	2

Технологии GR-менеджмента

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **4.5**

Показатели оценивания	Баллы
Знает принципы и структуру GR-коммуникации предприятия с различными целевыми аудиториями	4
Применяет знания о GR технологиях при разработке программы мероприятий предприятия	3
Ориентируется в политической ситуации в зависимости от уровня принятия решений	3

GR-стратегия организации: особенности формирования

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **10**

Проходной балл: **4.5**

Показатели оценивания	Баллы
умеет использовать методы реализации GR-стратегии	3
умеет определять особенности GR –стратегий в различных секторах бизнеса	3
умеет выявлять факторы и этапы формирования стратегии	2
знает основных компонентов GR-стратегии	2

Итоговое контрольное мероприятие

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
На примере конкретного предприятия (юридическое лицо) определяет и формулирует цели и задачи GR-стратегии	10
На примере конкретного предприятия (юридическое лицо) умеет описывать мероприятия, определять источники финансирования, целевую аудиторию мероприятий	10
На примере конкретного предприятия (юридическое лицо) умеет составлять план конкретных этапов и мероприятий	10
На примере конкретного предприятия (юридическое лицо) обосновывает необходимость проведения GR-мероприятий	10

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках

промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 46 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 46 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире	PR как основа политического процесса Защищаемое контрольное мероприятие	Знания: Знание современного состояния рынка политического PR в России Знание специфики освещения в СМИ различных избирательных кампаний
ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире	Институциональная и правовая база управления связями с общественностью в сфере политики Защищаемое контрольное мероприятие	1. знать принципы работы службы по связям с общественностью в политике 2. знать структуру, функции, задачи служб по связям с общественностью в органах власти города Перми и Пермского края 3. знать нормативно-правовые акты, регулирующие информационную деятельность в РФ и мире в целом
ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса	Целевые аудитории PR в политической коммуникации Защищаемое контрольное мероприятие	Знания: Знание типов PR-мероприятий для разных целевых аудиторий Умения: Умения организовать PR-мероприятия для разных целевых аудиторий

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире</p>	<p>Механизмы формирования общественного мнения в политической сфере Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание российского рынка в сфере изучения общественного Знание регионального рынка в сфере изучения общественного мнения Умения: Умение проводить сравнительный анализ структуры, истории, основной тематики исследований, заказчиков, услуг и методов компаний, занимающихся опросами общественного мнения</p>
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>Имиджевые стратегии. формирование политических имиджей Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>1. знать стратегии формирования политического имиджа 2. знать технологии политического имиджа 3. знать структуру политического имиджа 4. уметь анализировать особенности формирования имиджа политика-женщины, политиков-братьев, политиков-супругов, политиков – отца и ребенка 5. уметь анализировать персональный имидж политика</p>
<p>ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире</p>	<p>Политический брендинг. Создание брендов политических партий Необъективируемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знание политических брендов политических партий современной России Умения подбирать визуальных ряд для существующих политических брендов</p>
<p>ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>Планирование и проведение целевых политических PR-акций Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание этапов реализации программы политической кампании и PR-акции Умения: Умение планировать политическую кампанию и PR-акцию Умение оценить эффективность политической кампании и PR-акции</p>

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса</p>	<p>Медиапланирование, специфика работы с общественно - политическими СМИ Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание структуры медиаплана и принципов его формирования Умения: Умение формулировать показатели медиапланирования Умение планировать интенсивность и эффективность политических рекламных кампаний</p>
<p>ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>Антикризисный политический PR: технологии управления коммуникационными рисками Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание определения и типологии политических кризисов с коммуникативной точки зрения Знание технологий управления коммуникационным политическим кризисом Умения: Умение применять методы PR в условиях кризиса</p>
<p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире</p>	<p>Прямая политическая реклама Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Знания: Знание определения и жанров прямой политической рекламы Умения: Умение распознавать на практике виды политической рекламы Умение создавать технические задания для политической рекламы</p>

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.12 способность к участию в проведении политических кампаний, к использованию знаний об избирательных технологиях и других видах политической мобилизации</p> <p>ПК.17 способность к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса</p> <p>ПК.20 владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире</p> <p>ПК.21 способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</p>	<p>Итоговое контрольное мероприятие</p> <p>Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>Умения: Умение определять и формулировать цели и задачи PR-кампании Умение корректно определять целевые группы PR-кампании Умение составлять план конкретных этапов и мероприятий PR-кампании Умение формировать имидж кандидата Умение составлять политическую рекламу в соответствии с целями и задачами PR-кампании</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

PR как основа политического процесса

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
Знает специфику освещения в СМИ различных избирательных кампаний	4
Знает современное состояние рынка политического PR в России	3

Институциональная и правовая база управления связями с общественностью в сфере политики

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
знает структуру, функции, задачи служб по связям с общественностью в органах власти города Перми и Пермского края	3
знает нормативно-правовые акты, регулирующие информационную деятельность в РФ и мире в целом	2
знает принципы работы службы по связям с общественностью в политике	2

Целевые аудитории PR в политической коммуникации

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **6**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
Умеет провести пресс-конференцию, брифинг, презентацию	3
Знает различные типы PR-мероприятий для разных целевых аудиторий и умеет их характеризовать	3

Механизмы формирования общественного мнения в политической сфере

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
Умеет проводить сравнительный анализ структуры, истории, основной тематики исследований, заказчиков, услуг и методов компаний, занимающихся опросами общественного мнения	3
Знает региональный рынок в сфере изучения общественного	2
Знает российский рынок в сфере изучения общественного	2

Имиджевые стратегии. формирование политических имиджей

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **14**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
умеет анализировать персональный имидж политика	5
знает структуру политического имиджа	3

знает стратегии формирования политического имиджа	3
знает технологии политического имиджа	3

Политический брендинг. Создание брендов политических партий

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **1**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Умеет подбирать визуальный ряд для существующих политических брендов	1

Планирование и проведение целевых политических PR-акций

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
умеет оценивать эффективность политической кампании и PR-акции	3
умеет планировать политическую кампанию и PR-акцию	2
Знает этапы реализации программы политической кампании и PR-акции	2

Медиапланирование, специфика работы с общественно - политическими СМИ

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
умеет планировать интенсивность и эффективность политических рекламных кампаний	3
знает структуру медиаплана	2
умеет формулировать показатели медиапланирования	2

Антикризисный политический PR: технологии управления коммуникационными рисками

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
умеет применять методы PR в условиях политического кризиса	4
знает определение и типологию политических кризисов с коммуникативной точки зрения	3

Прямая политическая реклама

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **7**

Проходной балл: **3**

Показатели оценивания	Баллы
умеет создавать технические задания для политической рекламы	3
знает определение и жанры прямой политической рекламы	2
умеет распознавать на практике виды политической рекламы	2

Итоговое контрольное мероприятие

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **4 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
На примере конкретной политической кампании умеет составлять политическую рекламу в соответствии с целями и задачами PR-стратегии	6
На примере конкретной политической кампании определяет и формулирует цели и задачи PR-стратегии	6
Умеет при помощи PR инструментов формировать имидж кандидата	6
На примере конкретной политической кампании корректно определяет целевые группы кампании	6
На примере конкретной политической кампании умеет составлять план конкретных этапов и PR мероприятий	6