

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

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

**Кафедра политических наук**

**Авторы-составители: Пунина Ксения Александровна**

Рабочая программа дисциплины  
**ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ И PR**  
Код УМК 93891

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

Пермь, 2020

## **1. Наименование дисциплины**

Политический консалтинг и PR

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в обязательную 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 и PR** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**41.03.04** Политология (направленность : Программа широкого профиля)

**ПК.4** Способен участвовать в разработке аналитических материалов и практических рекомендаций на базе методик политологического, социологического и политико-психологического анализа

**Индикаторы**

**ПК.4.2** Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике

**ПК.5** Способен работать в рамках политологического проекта в качестве исполнителя

**Индикаторы**

**ПК.5.1** Составляет программу политологического проекта

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	41.03.04 Политология (направленность: Программа широкого профиля)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	11
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (11) Итоговое контрольное мероприятие (1) Необъективируемое контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (11 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Политический консалтинг и PR**

Курс 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.

#### **1. 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.

#### **2. 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.

#### **3. 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

#### **4. 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 не-медленных 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.

#### **5. PR как основа политического процесса. PR и маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций в политических компаниях.**

Связи с общественностью, управление общественными отношениями, коммуникационные менеджмент. Роль PR в управленческих структурах современных политических организаций.

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

#### **6. 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.

#### **7. 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

#### **8. 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.

#### **9. 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

#### **10. 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.

#### **11. 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.

#### **12. 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.

#### **13. 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.

#### **14. 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.

### **15. Итоговое мероприятие**

Создание презентации PR-кампании кандидата в губернаторы Пермского края. Презентации могут быть созданы индивидуально или в группе, состоящей НЕ БОЛЕЕ, чем из 3 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. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. — ISBN 978-5-906172-26-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>
2. 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>

### Дополнительная:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71238.html>
2. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 218 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/31701>
3. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г. Брендинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва: Юрайт, 2013, ISBN 978-5-9916-2107-6.-331.-Библиогр.: с. 326-331
4. Комаровский В. С. Общественное мнение в государственном управлении / В. С. Комаровский. — Москва: Издательство РАГС, 2011, ISBN 978-5-7729-0601-9.-64.-Библиогр.: с. 62
5. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-2381-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/44973.html>
6. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 с. — ISBN 978-5-8265-1383-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>
7. Галкина, Е. В. Политический менеджмент : учебное пособие / Е. В. Галкина, Т. Б. Легенина ; под редакцией Е. В. Галкина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. — 104 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/66088.html>
8. Борисова Е. Г. Язык общественно-политической коммуникации: Учебное пособие для магистратуры по специальности «Реклама и связи с общественностью» / Борисова Е. Г. — Москва: Московский городской педагогический университет, 2012. — 168. <http://www.iprbookshop.ru/26673>

## **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

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

Образовательный процесс по дисциплине **Политический консалтинг и PR** 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 текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная проектором, экраном для проектора, компьютером/ноутбуком, меловой и/или маркерной доской

Учебная аудитория для проведения групповых (индивидуальных) консультаций, оснащенная 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 компьютерами 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 и PR**

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

**ПК.4**

**Способен участвовать в разработке аналитических материалов и практических рекомендаций на базе методик политологического, социологического и политико-психологического анализа**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<p><b>ПК.4.2</b>                      Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p>	<p>Знает принципы подготовки аналитических материалов, умеет проводить мониторинг прессы по заданной проблематике, способен подготовить практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b>                      Компетенция не сформирована. Целостные непротиворечивые знания основных коммуникативных процессов, каналов массовой коммуникации, средств массовой информации, особенностей их функционирования в современном мире отсутствуют</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b>                      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"><b>Хорошо</b>                      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"><b>Отлично</b>                      Компетенция сформирована полностью.                      владеет знаниями о коммуникативных</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></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>

## ПК.5

### Способен работать в рамках политологического проекта в качестве исполнителя

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>Знает правила составления политического проекта, его структуру, умеет выделять целевые аудитории на основании, способен к участию в политических информационно-коммуникационных процессах</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>понимание специфики политических проектов, способность участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний отсутствуют</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>владеет фрагментарными знаниями о политических проектах, об участии в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний допускает 1 значительную или 2 незначительных ошибки</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>знает базовые основы политического проекта, способен участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний допускает 1-2 несущественные неточности</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>знает основы политических проектов, имеет способность участвовать в политических информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний</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 46 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 46 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	1. Введение в курс. Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности <b>Входное тестирование</b>	Знание и умение характеризовать субъектов политики Знание определения и этапов политического процесса Знание структуры политической системы
<b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта	2. Типология политических консультантов и их функционал. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	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

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>3. Диагностика и анализ политической ситуации.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания: Знание технологии диагностики политической ситуации Знание содержания понятия "политический аудит"Знание принципов построения политического мониторинга</p> <p>Умения: Умение определять методику и технику проведения мониторинга социально-политических процессов</p>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>4. Политический консалтинг и политические технологии.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания: Знание политических технологий и их типологии</p> <p>Умения: Умение выделять основные технические приемы усиления и поддержки Умение подбирать технологии в зависимости от политической ситуации</p>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p>	<p>6. Институциональная и правовая база управления связями с общественностью в сфере политики.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания: Знание принципы работы службы по связям с общественностью в политике Знание структуру, функции, задачи служб по связям с общественностью в органах власти города Перми и Пермского края Знание нормативно-правовые акты, регулирующие информационную деятельность в РФ и мире в целом</p>



<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>7. Целевые аудитории PR в политической коммуникации.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания: Знание типов PR-мероприятий для разных целевых аудиторий Умения: Умения организовать PR-мероприятия для разных целевых аудиторий</p>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>8. Механизмы формирования общественного мнения в политической сфере</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></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><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>9. Имиджевые стратегии. Формирование политических имиджей.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания: Знание стратегий формирования политического имиджа Знание технологии политического имиджа Знание структуру политического имиджа Умения: Умение анализировать особенности формирования имиджа политика-женщины, политиков-братьев, политиков-супругов, политиков – отца и ребенка Умение анализировать персональный имидж политика</p>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p>	<p>10. Политический брендинг. Создание брендов политических партий.</p> <p><b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знания: Знание политических брендов политических партий современной России Умения: Умения подбирать визуальных ряд для существующих политических брендов</p>

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>11. Планирование и проведение целевых политических PR-акций. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></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>
<p><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p>	<p>12. Медиапланирование, специфика работы с общественно - политическими СМИ. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></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><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p>	<p>13. Антикризисный политический PR: технологии управления коммуникационными рисками. <b>Необъективируемое контрольное мероприятие</b></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><b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике</p> <p><b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта</p>	<p>14. Прямая политическая реклама. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></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>

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<b>ПК.4.2</b> Разрабатывает аналитические материалы и практические рекомендации, включающие сообщения информационного, публицистического и аналитического характера, готовит обзоры прессы по заданной проблематике <b>ПК.5.1</b> Составляет программу политологического проекта	<b>15. Итоговое мероприятие</b> <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	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

### **Спецификация мероприятий текущего контроля**

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

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

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

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

Проходной балл: **0**

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

#### **2. Типология политических консультантов и их функционал.**

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

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

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

Проходной балл: **3**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Знает основные консалтинговые агентства в Пермском крае и в РФ	3
Ориентируется в специализации консультантов	2
Знает основные типы консалтинга (не менее 5)	2

#### **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: **8**

Проходной балл: **3.5**

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

#### 4. 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: **6**

Проходной балл: **3**

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

#### 6. Институциональная и правовая база управления связями с общественностью в сфере политики.

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

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

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

Проходной балл: **3**

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

#### 7. Целевые аудитории PR в политической коммуникации.

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

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

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

Проходной балл: **3**

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

#### 8. 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: **6**

Проходной балл: **3**

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

### **9. Имиджевые стратегии. Формирование политических имиджей.**

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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Умеет анализировать персональный имидж политика	4
Знает технологии политического имиджа	2
Знает стратегии формирования политического имиджа	2
Знает структуру политического имиджа	2

### **10. Политический брендинг. Создание брендов политических партий.**

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **3**

Проходной балл: **1.5**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Умеет подбирать визуальный ряд для существующих политических брендов	3

### **11. Планирование и проведение целевых политических PR-акций.**

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

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

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

Проходной балл: **3**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Умеет планировать политическую кампанию и PR-акцию	2
Умеет оценивать эффективность политической кампании и PR-акции	2
Знает этапы реализации программы политической кампании и PR-акции	

	2

## 12. Медиапланирование, специфика работы с общественно - политическими СМИ.

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

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

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

Проходной балл: **3**

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

## 13. Антикризисный политический PR: технологии управления коммуникационными рисками.

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **4**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Умеет применять методы PR в условиях политического кризиса	2
Знает определение и типологию политических кризисов с коммуникативной точки зрения	2

## 14. Прямая политическая реклама.

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

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

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

Проходной балл: **3.5**

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

## 15. Итоговое мероприятие

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

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

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **25**

Проходной балл: **12**

Показатели оценивания	Баллы
На примере конкретной политической кампании умеет составлять политическую рекламу в	

соответствии с целями и задачами PR-стратегии	5
На примере конкретной политической кампании умеет составлять план конкретных этапов и PR мероприятий	5
Умеет при помощи PR инструментов формировать имидж кандидата	5
На примере конкретной политической кампании корректно определяет целевые группы кампании	5
На примере конкретной политической кампании определяет и формулирует цели и задачи PR-стратегии	5