

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Кафедра государственного управления

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
государственного управления

Макарова Е.И.

«11» 04 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**«ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR И ПОЛИТИЧЕСКАЯ
КОММУНИКАТИВИСТИКА»**

Направление подготовки 41.03.04 Политология

Профиль подготовки «Политическое управление»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Политический PR и политическая коммуникативистика» по направлению подготовки 41.03.04 Политология – 27с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Политический PR и политическая коммуникативистика» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.04 Политология (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. № 814, с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г., 19 июля 2022 г., 27 февраля 2023 г.

СОСТАВИТЕЛЬ

ст. преп. Савченко Н.Н.

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры государственного управления «11» 04 2023 г., протокол № 16.

Заведующий кафедрой

Государственного управления _____ Макарова Е.И.

Переутверждена: «___» _____ 2023 года, протокол № _____.

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: «___» _____ 2023 года, протокол № _____.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии кафедры государственного управления «16» 04 2023 года, протокол № 8.

Председатель учебно – методической комиссии

кафедры государственного управления _____ Волошинова Н.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – является формирование представлений о категориях и теориях политической коммуникативистики, коммуникативных процессах, субъектах, технологиях и инструментах политических коммуникаций, привлечение внимания к институционально-правовым аспектам политики и в первую очередь к институтам государственной власти, управления, к принципам формирования и деятельности политических партий, общественных движений; иметь развёрнутое представление об основных этапах становления политической мысли; иметь развёрнутые представления о сложном и разнообразном мире анализа реальных политических явлений и процессов, что будут являться необходимым ориентиром для анализа возникающих в современном обществе политических противоречий и конфликтов, послужат импульсом к собственным размышлениям и выводам.

Задачами данного курса является получение студентами:

- ознакомление с сущностью, функциями, категориями политической коммуникации;
- получение знаний о теориях и моделях политических коммуникаций;
- получение представления об информационно-коммуникационных полях и системах;
- формирование знаний о государственной информационной политике и информационных кампаниях;
- ознакомление с технологиями, инструментами, средствами политических коммуникаций, коммуникативными практиками различных политических субъектов;
- освоить и уметь применять основной понятийный аппарат;
- уметь адекватно оценивать социальную и цивилизационную проблематику нынешнего времени;
- получить навыки научно-системного анализа общественной реальности, социально-ответственного действия и поведения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Политический PR и политическая коммуникативистика» включена в учебный план ОПОП по направлению подготовки 41.03.04 Политология (бакалавриат, специалитет) в качестве дисциплины базовой части ОПОП (2 курс, 4 семестр). Дисциплина «Политический PR и политическая коммуникативистика» относится к профессиональному циклу дисциплин, входит в базовую часть, которая учит студентов ориентироваться в современной политической жизни, формировать знания о государственной информационной политике и информационных кампаниях, знакомить с технологиями, инструментами, средствами политических коммуникаций, коммуникативными практиками различных политических субъектов видеть варианты развития современного общества и мировых процессов, выработать активное и осознанное отношение к демократическим процедурам.

Курс «Политический PR и политическая коммуникативистика» является необходимой для освоения универсальной и профессиональных компетенций по направлению подготовки, а также, самостоятельного занятия научно-исследовательской работой студента и написания выпускной квалификационной работы – магистерской диссертации.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма,	УК-10.1. Обладает сформированной мировоззренческой позицией, ориентированной на осознанное противодействие любым проявлениям	знать: основные категории политической коммуникативистики, технологии формирования политических имиджей; понятийно-категориальный

коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	коррупции, антикоррупционной устойчивостью УК-10.2. Проявляет готовность активно противодействовать проявлениям коррупции в профессиональной и иных сферах своей деятельности	аппарат, основные модели и теории политической коммуникации; структуру и особенности информационно-коммуникационных систем; уметь: применять теоретические знания политической коммуникативистики при выявлении и объяснении политико-коммуникационных явлений и процессов; уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; владеть: методом анализа информационно-коммуникационных систем, политико-коммуникативных процессов, политико-коммуникационных кампаний, политико-коммуникативных стратегий;
ОПК-7. Способен составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	ОПК-7.1. Составлять отчетную документацию по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами, в том числе на иностранном(ых) языке(ах). ОПК-7.2. Готовить и представлять публичные сообщения перед российской и зарубежной аудиторией и внутриполитических сюжетов, связанных с регионом специализации, в том числе с использованием мультимедийных средств.	знать: структуру и особенности информационно-коммуникационных систем; сущность, структуру, направления государственной информационной политики; уметь: использовать полученные знания и навыки по политическому анализу и прогнозированию; уметь использовать полученные знания и навыки по политическому пиару; владеть: методами систематизации данных; навыками публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (5.зач. ед.)
	Очная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	180
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	51
Лекции	34
Семинарские занятия	-
Практические занятия	17
Лабораторные работы	-

Курсовая работа (курсовой проект)	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-
Самостоятельная работа студента (всего)	129
Форма аттестации	экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Определения «Государственный PR и коммуникативистика».

Альтруистический, компромиссный и прагматический подходы к их классификации.

Определение PR, альтруистический, компромиссный, прагматический подходы к их классификации, суть PR-деятельности, функции и задачи PR, составные части PR, пропаганда, маркетинг, промоушен, паблисити, лоббирование, общие принципы и правила деятельности по связям с общественностью. Суть PR-деятельности. Функции и задачи PR. Составные части PR и другие, близкие виды деятельности. Общие принципы и правила деятельности по связям с общественностью.

Тема 2. Специальные мероприятия в системе политического PR. Формы подачи информационно-новостных материалов.

Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью. Эффективные взаимоотношения предприятий и организаций с печатными СМИ. Информационные материалы, которые готовят специалисты внутрифирменных служб по связям с общественностью для передачи в печатные СМИ, можно условно разделить на следующие основные виды: материалы о текущих событиях в деятельности компании, тематические обзоры, аналитические статьи, статистические сводки за определенный период времени, опровержения недостоверной или заведомо ложной информации о компании. Основные преимущества газеты как средства передачи информации. Преимущества журнала. Распространение слухов.

Тема 3. Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации

Информационно-коммуникационные поля. Информационно - коммуникационные системы (ИКС): понятие и структура. Типы информационно-коммуникационных систем. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы. Особенности информационно-коммуникативных систем в условиях информационного общества. Коммуникативные сообщества. Политические функции СМИ. Общественное мнение. Информационно-коммуникационная система в системе Госуправления. ИКС местной власти.

Тема 4. Коммуникация и влияние на общественность. Взаимодействие PR с прессой.

Борьба за внимание общественности. Исследования роли СМИ в массовой коммуникации. Теории «волшебной пули» и «подкожных инъекций». Теория двухступенчатой коммуникации (П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Г. Годэ). «Теория диффузии инноваций» (Э. Роджерс). Теория культивирования (Дж. Гербнер). Теория информационных барьеров (К. Левин). Теория искажения новостей (У. Липпман). Теория урегулирования повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу). Теория обретения пользы и удовлетворения (Дж. Бламлер, Э. Кац). Теория зависимости (С. Болл-Рокеш и М. де Флер). Коммуникационно-кибернетические теории политической системы: модель Д. Истона, модель Г. Алмонда и Дж. Коулмена, модель К. Дойча. Модель Ж.М. Коттрэ, модель К. Сайне, модели альтернативных видов движения информации: вещания, диалоговая, консультационная.

Специальные мероприятия в отношениях со СМИ: пресс-конференция, пресс-тур, презентация. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий. Пресс-релизы, их назначение и особенности распространения. Материалы для непосредственной публикации в СМИ. Пресс-конференция способ передачи развернутой

информации. Работа с радио и телевидением. Фактическая справка, заявление для прессы, авторская статья, обзорная статья. Базовые PR-документы в работе со СМИ: пресс-релиз, пресс-kit, интервью (виды интервью). Годовой отчет. Информационное письмо. Занимательная статья. Биография. Философия взаимоотношений со СМИ.

Тема 5. «Паблик рилейшнз» в кризисных ситуациях.

Типология кризисов исходя из длительности их развития (С. Катлип, А. Сентер и Г. Брум). Неожиданные кризисы. Назревающие и непрерывные кризисы. Типологизация кризисов с учетом неприятностей, которые они способны оказать конкретной организации. Теория Сэма Блэка. Первый тип – ожидаемый и возможный кризис. Второй тип – это неожиданные кризисы. Управление проблемами с целью предотвращения кризисных ситуаций: идентификация проблем, на которые организации следует обратить особое внимание, анализ и определение пределов каждой проблемы с точки зрения ее воздействия на местные группы общественности, выявление и демонстрация альтернативных вариантов стратегии, реализация программы действий, нацеленной на распространение позиций организации и влияние на восприятие проблемы, оценка результатов выполнения программы с точки зрения достижения цели организации. Конфликт. Институционализация, легитимизация, структурирование конфликтующих групп, редукция конфликта - действия по управлению конфликтом. Управление в условиях кризиса. Коммуникации в кризисных ситуациях. Борьба со слухами.

Тема 6. Партии, лидеры, лоббистские группы в процессе политической коммуникации.

Коммуникативные стратегии партий: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды коммуникативных стратегий партий.

Корпоративный партийный сайт и блог. Партийная газета. Партийные коммуникативные акции и интеракции: съезд, информационно-коммуникационные кампании, митинги, демонстрации, пикеты. Взаимодействие партий и СМИ.

Особенности, средства и технологии в лоббистской коммуникации. Коммуникативные стратегии лидеров: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды лидерских коммуникативных стратегий.

Инструменты и средства лидерских коммуникаций: персональный сайт, блог, аккаунты в социальных сетях, выступления на мероприятиях, пресс - конференции, политические дебаты. Лидеры и СМИ.

Тема 7. Семиотические основы политической коммуникации.

Понятия знаков в политике и их роль в политическом процессе. Понятие знака в семиотике и политике. Базовая семиотическая структура (триада). Семиотические знаки в теории Ч. Пирса. Семиозис - знаковый процесс порождения или трансформации знаков и знаковых систем. Блокирование текстов. Унификация знаковых систем. Утилитаризация знаковых систем. Управление досугом. Понятие символа. Специфика символа. Сакральное значение символизации. Концепция Г. Лассуэлла (три типа символов). Визуальная символика. Значение символики цвета.

способ личного пиара. Общий объем комментария в блоге. Правовое использование блогов и соцсетей. Работа с социальными сетями. Соцсети как способ общения в государственных органах управления.

Тема 8. Конструирование образа врага: международный аспект: роль PR и медийных технологий

Этнополитический конфликт и этнополитическая мобилизация. Этапы этнополитической мобилизации. «Внешние ресурсы» этнополитической мобилизации. Мультикультурализм и кризис национальной идентичности. Эскалация международных конфликтов: роль PR и медийных технологий. Оппоненты и участники коммуникативной борьбы. Особенности процессов мобилизации на региональном и международном уровне.

Тема 9. Мобилизационные формы политической коммуникаций.

Политическая мобилизация: понятие и концептуальные подходы. Мобилизация как коллективное действие. Конфигурация сил, масштаб и характер мобилизации. Мобилизационный процесс как средство политики: основные интерпретационные подходы. Политическая мобилизация как результат социально-политического конфликта. Политический конфликт: ресурсы и стадии развития. Мобилизационные циклы как отражение конфликтного противостояния. Виды политической мобилизации. Механизмы политической мобилизации. Цели, инструменты действия, настроения. Роль интеллектуальной элиты в мобилизационных процессах. Медиа и PR как катализаторы мобилизации. Система мониторинга мобилизационной активности. Отечественная практика по созданию механизмов предупреждения конфликтных ситуаций. Принципы и методика освещения конфликтогенных тем. Спиндокторинг и медиарилейшнз как технологии снижения уровня социального напряжения.

Тема 10. Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникаций

Использование слухов и сплетен в политической коммуникации. Румология. Факторы румологии. Психофизиологические факторы и их значение в коммуникации. Слуховое и мозговое восприятие информации. Функции смеха и его значение в политической коммуникации. Специфика политического анекдота. Психологические аспекты невербальной политической коммуникации. Психология вербальной коммуникации и ее особенности. Инновационные вербальные способы коммуникаций. Специфика риторики как вербальной политической коммуникации. Эффект политического выступления. Фонетический, логический барьеры оратора и аудитории. Фундаментальное правило Г. Бейтсона. Основные риторические приемы манипуляции слушателями.

Р

Тема 11. Роль партийной идентификации в формировании конкурентных политических стратегий.

Коммуникативные стратегии партий: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды коммуникативных стратегий партий. Корпоративный партийный сайт и блог. Партийная газета. Партийные коммуникативные акции и интеракции: съезд, информационно-коммуникационные кампании, митинги, демонстрации, пикеты. Взаимодействие партий и СМИ. Коммуникативные стратегии лидеров: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды лидерских коммуникативных стратегий. Инструменты и средства лидерских коммуникаций: персональный сайт, блог, аккаунты в социальных сетях, выступления на мероприятиях, пресс-конференции, политические дебаты. Лидеры и СМИ. Теории Р. Даля о партийной идентификации в формировании политических стратегий. Субъекты избирательной кампании. Средства поддержания политического дискурса в избирательной кампании: агитационные, пропагандистские, рекламные, имиджевые, маркетинговые. Стратегия и тактика избирательной кампании. Проектирование избирательной кампании. Использование СМИ в избирательной кампании. Интернет-коммуникации в избирательной кампании. Исследования П. Лазарфельда, Э. Даунса в области социально-психологической концепции поведения избирателей и рационального выбора.

Тема 12. Государство и местная власть в процессе политической коммуникации.

Понятие и структура государственной информационной политики. Государство и СМИ. Модели государственной информационной политики. Механизмы регулирования взаимоотношений государства и СМИ. Государственная информационная политика и ее правовые основы в современной России. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». Особенности, средства и технологии организации персональных и корпоративных коммуникаций в системе органов государственной власти и местного самоуправления. Сущность, основные направления, задачи и принципы государственных связей с общественностью. Инструментарий государственного PR: медиарилейшенз, интернет-коммуникации, организация специальных событий. PR-кампании. Контрагенты государства и местной власти в процессе политической коммуникации - население, политические партии,

группы интересов и группы давления: технологии и практики организации взаимодействий. Особенности организации системы коммуникаций с различными целевыми аудиториями. Организация прямых и обратных связей. Специальные мероприятия и практики в коммуникации органов государственной власти и местного самоуправления: общественные слушания, государственные и городские праздники, информационно-коммуникационные кампании органов власти и местного самоуправления.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов
		Очная форма
1.	Определения «Политический-ПР». Альтруистический, компромиссный и прагматический подходы к их классификации	4
2.	Специальные мероприятия в системе политического PR. Формы подачи информационно-новостных материалов.	4
3.	Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации. Взаимодействие PR с прессой.	4
4.	Коммуникация и влияние на общественность	2
5.	«Паблик рилейшенз» в кризисных ситуациях.	2
6.	Партии, лидеры, лоббистские группы в процессе политической коммуникации	2
7.	Семиотические основы политической коммуникации	2
8.	Конструирование образа врага: международный аспект: роль PR и медийных технологий	4
9.	Мобилизационные формы политической коммуникаций.	2
10.	Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникаций	4
11.	Роль партийной идентификации в формировании политических стратегий.	2
12.	Государство и местная власть в процессе политической коммуникации.	2
Итого:		34

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов
		Очная форма
1.	Объект PR. PR и другие формы массовых коммуникаций. Предмет PR. Имидж и бренд.	2
2.	Общественность в сфере PR	2
3.	Специальные мероприятия в системе политического PR. Формы подачи информационно-новостных материалов.	2
4.	Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации.	2
5.	Технологии и способы продвижения информации в политической коммуникации	2
6.	Партии, лидеры, лоббистские группы в	2

	процессе политической коммуникации	
7.	Модели массовой коммуникации.	2
8.	Коммуникативное пространство. Интернет как форма политической коммуникации.	3
Итого:		17

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ з/п	Название темы	Вид СРС	Количество часов
			очная
1.	Определения «Политический-ПР». Альтруистический, компромиссный и прагматический подходы к их классификации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	7
2.	Хронология и динамика «Паблик Рилейшенз» в мировом пространстве.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
3.	Общественность в сфере PR	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
4.	Специальные мероприятия в системе политического PR. Формы подачи информационно-новостных материалов.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
5.	Управление коммуникативными событиями и средства массовой информации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
6.	Коммуникация и влияние на общественность.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
7.	Взаимодействие PR с прессой.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
8.	«Паблик рилейшенз» в кризисных ситуациях.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
9.	Партии, лидеры, лоббистские группы в процессе политической коммуникации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6

10.	Модели массовой коммуникации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
11.	Семиотические основы политической коммуникации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
12.	Коммуникативное пространство.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
13.	Структурная организация процесса политической коммуникации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
14.	Интернет как форма политической коммуникации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
15.	Конструирование образа врага: международный аспект: роль PR и медийных технологий	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
16.	Проблемы политической модернизации современного российского общества.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	7
17.	Взаимодействие мифологических, политических, литературных, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	7
18.	Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникаций	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
19.	Мобилизационные формы политической коммуникаций.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
20.	Роль партийной идентификации в формировании политических стратегий.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6
21.	Государство и местная власть в процессе политической коммуникации.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Написание и оформление научных докладов (рефератов) в соответствии с индивидуальными заданиями. Подготовка к контролю знаний и умений.	6

	Итого	129
--	--------------	------------

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине «Политический PR и политическая коммуникативистика» не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

В рамках преподавания дисциплины, наряду с классическими образовательными методиками, предполагающими обращение к таким формам работы, как лекции, семинары и коллоквиумы, необходимо и возможно использовать следующие образовательные технологии:

открытые лекции, проблемные лекции и публичные дискуссии по разделам дисциплины и отдельным тематическим рубрикам её содержания;

проведение сопроводительных научных конференций и олимпиад, связанных с тематикой дисциплины;

прикладные мастерские (воркшопы) для совершенствования конкретных и специализированных навыков, в т.ч. в области политической грамотности, развития коммуникативных способностей, овладения переговорными техниками и пр.;

деловые игры, работа с кейсами (кейс-стади) и техники сценарного моделирования; квесты, квизы, иные формы интерактивной работы по принципу викторины и интеллектуального конкурса;

студенческие дебаты, «печка-куча»;

анализ литературы и правовых актов, работа с источниками;

доклады, «мозговой штурм» и проектная деятельность студентов;

иммерсивные представления, спектакли, игры и перформансы, в т.ч. за пределами образовательных учреждений и организаций, - при содействии институтов культуры, просвещения, науки и образования;

просмотр актуальных обучающих и художественных видеоматериалов, в т.ч. специально спроектированных для преподавательских целей квалифицированными профессионалами в области социального знания.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Интервьюер и опрашиваемый как факторы общения Аксенов Д.В., Российские мифы, или Почему ежик ходит в тумане? / Аксенов Д.В., Борисова В.А. - М.: Академический Проект, 2020. - 128 с. (Психологические технологии) - ISBN 978-5-8291-2687-2 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126872.html>.

2. Соболева Н.А., Идентичность Российского государства языком знаков и символов: эмблематики, геральдики, сфрагистики, вексиллологии / Соболева Н. А. - М.: Издательский дом "ЯСК", 2018. - 656 с. (Серия "Studia historica") - ISBN 978-5-907117-15-0 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907117150.html>.

3. Ивин А.А., Аргументация в процессах коммуникации. Pro et contra / Ивин А.А. - М.: Проспект, 2017. - 384 с. - ISBN 978-5-392-21071-8 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392210718.html>.

4. Толочко, А.В. Политология : учебное пособие / А.В. Толочко. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 133 с. — ISBN 978-5-9765-4131-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121960>. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/121960>

б) дополнительная литература

1. Минаева Л.В., Речь в мире политики : Монография / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2019. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0998-8 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709988.html> -

2. Халиков М.И., Система государственного и муниципального управления : учеб. пособие / М.И. Халиков - М. : ФЛИНТА, 2019. - 448 с. (Серия "Государственное и муниципальное управление") - ISBN 978-5-9765-0218-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976502185.html>
3. Кирия И.В., История и теория медиа: учебник для вузов / И.В. Кирия, А.А. Новикова - М. : ИД Высшей школы экономики, 2018. - 426 с. - ISBN 978-5-7598-1488-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887>.
4. Шомова С.А., От мистории до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации / Шомова С.А. - М.: ИД Высшей школы экономики, 2018. - 264 с. - ISBN 978-5-7598-1471-9 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814719.html>
5. Чудинов А.П., Политическая лингвистика / Чудинов А.П. - М.: ФЛИНТА, 2018. - 255 с. - ISBN 978-5-89349-897-4 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893498974.htm.l>

в) методические рекомендации:

Планируется издание специализированных учебных пособий «Политический PR и политическая коммуникативистика» (2024)

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/>
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/sys/>
3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Политический PR и политическая коммуникативистика» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php

Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Политический PR и политическая коммуникативистика»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап		Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Пороговый	знать: основные категории политической коммуникативистики, технологии формирования политических имиджей; понятийно-категориальный аппарат, основные модели и теории политической коммуникации; структуру и особенности информационно-коммуникационных систем;
Основной		Базовый	уметь: применять теоретические знания политической коммуникативистики при выявлении и объяснении политико-коммуникационных явлений и процессов; уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
Заключительный		Высокий	владеть: методом анализа информационно-коммуникационных систем, политико-коммуникативных процессов, политико-коммуникационных кампаний, политико-коммуникативных стратегий;
Начальный	ОПК-7. Способен составлять и оформлять документы и отчеты по профессиональной деятельности	Пороговый	знать: структуру и особенности информационно-коммуникационных систем; сущность, структуру, направления государственной информационной политики;

Основной		Базовый	уметь: использовать полученные знания и навыки по политическому анализу и прогнозированию; использовать полученные знания и навыки по политическому пиару;
Заключительный		Высокий	владеть: методами систематизации данных; навыками публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии.

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	УК-10.	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1. Обладает сформированной мировоззренческой позицией, ориентированной на осознанное противодействие любым проявлениям коррупции, антикоррупционной устойчивостью	Тема 1 Определения «Политический-ПР». Альтруистический компромиссный и прагматический подходы к их классификации. Тема 3. Управление коммуникативным и событиями и средства массовой информации. Взаимодействие PR с прессой. Тема 8. Конструирование образа врага: международный аспект: роль PR и медийных технологий	4

			УК-10.2. Проявляет готовность активно противодействовать проявлениям коррупции в профессиональной и иных сферах своей деятельности	Тема 2 Специальные мероприятия в системе политического PR. Формы подачи информационно-новостных материалов. Тема 4. Коммуникация и влияние на общественность. Тема 10. Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникаций.	
3.	ОПК-7.	Способен составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	ОПК-7.1. Составлять отчетную документацию по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) ОПК-7.2. Готовить и представлять публичные сообщения перед российской и зарубежной аудиторией и внутриполитических сюжетов, связанных с регионом специализации, в том числе с использованием	Тема 11. Роль партийной идентификации в формировании политических стратегий. Тема 7. Семиотические основы политической коммуникации. Тема 12. Государство и местная власть в процессе политической коммуникации. Тема 9. Мобилизационные формы политической коммуникаций. Тема 10. Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникации. Тема 6.	

			мультимедийных средств	Партии, лидеры, лоббистские группы в процессе политической коммуникации.	
--	--	--	------------------------	--	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п			Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1. Обладает сформированной мировоззренческой позицией, ориентированной на осознанное противодействие любым проявлениям коррупции, антикоррупционной устойчивостью	знать: основные категории политической коммуникативистики, технологии формирования политических имиджей; уметь: применять теоретические знания политической коммуникативистики при выявлении и объяснении политико-коммуникационных явлений и процессов; владеть: методом анализа информационно-коммуникационных систем, политико-коммуникативных процессов, политико-коммуникативных стратегий;	Тема 1 Определения «Политический-ПР». Альтруистический компромиссный и прагматический подходы к их классификации. Тема 3. Управление коммуникативным и событиями и средства массовой информации. Взаимодействие PR с прессой. Тема 8. Конструирование образа врага: международный аспект: роль PR и медийных технологий	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

2.	ОПК-7. Способен составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	ОПК-7.1. Составлять отчетную документацию по итогам профессиональной деятельности в соответствии с требованиями законодательства, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).	знать: структуру и особенности информационно-коммуникационных систем; сущность, структуру, направления государственной информационной политики; уметь: использовать полученные знания и навыки по политическому анализу и прогнозированию; владеть: методами систематизации данных; навыками публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии.	Тема 7. Семиотические основы политической коммуникации. Тема 12. Государство и местная власть в процессе политической коммуникации. Тема 11. Роль партийной идентификации в формировании политических стратегий.	доклад, сообщение, тестовые задания и задания, практическое (прикладное задание)
		УК-10.2. Проявляет готовность активно противодействовать проявлениям коррупции в профессиональной и иных сферах своей деятельности	знать: понятийно-категориальный аппарат, основные модели и теории политической коммуникации; уметь: уметь логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; владеть: методом анализа политико-коммуникационных кампаний	Тема 2 Специальные мероприятия в системе политического PR. Формы подачи информационно-новостных материалов. Тема 4. Коммуникация и влияние на общественность. Тема 10. Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникаций	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задания и задания, практическое (прикладное задание)

		ОПК-7.2. Готовить и представлять публичные сообщения перед российской и зарубежной аудиторией и внутриполитических сюжетов, связанных с регионом специализации, в том числе с использованием мультимедийных средств.	знать: сущность, структуру, направления государственной информационной политики; уметь: использовать полученные знания и навыки по политическому пиару; владеть: методами систематизации данных; навыками публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии.	Тема 10. Синтетические способы и психологические аспекты политической коммуникаций. Тема 6. Партии, лидеры, лоббистские группы в процессе политической коммуникации. Тема 9. Мобилизационные формы политической коммуникации.	
--	--	---	--	---	--

1. Типовые тестовые задания

(пороговый уровень)

- Для планирования PR кампании в избирательном процессе целесообразно воспользоваться широко известной формулой...
 - PACE;
 - RACE;
 - RASO;
 - RAE.
- Мониторинговые исследования дают возможность понять, насколько производимые в период кампании сознательные и непреднамеренные действия влияют на изменение первичной ситуации в благоприятную для кандидата сторону. Обычно проводятся...
 - Один раз в две-четыре недели;
 - Раз в неделю;
 - Два раза в неделю;
 - Каждый день.
- - это сознательная (системная) организация коммуникации политической фигуры или группы с различными социально-профессиональными (целевыми) группами в обществе, направленная на достижение понимания, согласование взаимоприемлемых интересов, привлечение на свою сторону и получение определенных политических, социальных и (или) экономических результатов, главным, но не единственным среди которых является победа на выборах.
 - Реклама в политике;
 - Связи с общественностью в политике;
 - Политическое консультирование;
 - Политическая имиджелогия.
-в избирательной PR кампании включает принятие решений по программным целям, идентификацию ключевых групп общественности, выработку регламента (правил или процедур) выбора и определения стратегий.
 - Стратегическое планирование;
 - Тактическое планирование;
 - Ситуативное планирование;
 - Медиа планирование.
- «Паблик рилейшнз» – это ...
 - Технология политической реабилитации
 - Технология принятия политического решения в целях демократии
 - Технология влияния и формирования общественного мнения
 - Технология агитации и пропаганды.

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Поскольку оценивание результатов тестирования напрямую зависит от абсолютного количества вопросов в конкретном тесте, представленная ниже таблица фиксирует критерии оценивания в относительном представлении:

Доля верных ответов	Оценка	Число рейтинговых баллов(если тестирование выполняет функцию контроля освоения материала, учитываемого при использовании рейтинговой системы)
0-50	2	0
51-65	3	2
66-80	4	4
81-100	5	6

2.Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений) (пороговый уровень)

1. Медиапланирование в системе политической рекламной кампании.
2. Место и роль СМИ в современной политике.
3. Методы и контр методы политического PR.
4. Многообразие форм и видов политической рекламы.
- 5.Мобилизационный процесс как средство политики: основные интерпретационные подходы.
- 6.Политическая мобилизация как результат социально-политического конфликта.
- 7.Политическая мобилизация как социально-психологический феномен.
- 8.Мультикультурализм и кризис национальной идентичности.
- 9.Этническая мифология и отражение ее в средствах массовой информации.
- 10.Технологии локальной демократии: смарт - и флэш-мобы, лайф плейсмент.
- 11.Американская модель интернет-фандрайзинга.
12. Взаимоотношения СМИ, общества и государства в современной России.
13. Власть и СМИ: федеральный и региональный аспекты.
14. Государство и СМИ: варианты и модели взаимоотношений.
15. Гражданское общество и элиты в модернизирующихся странах.
16. Группы интересов в российской политике.
17. Основные избирательные системы современности.
18. Основные модели социального государства.
19. Основные типы современного консерватизма.
20. Основные формы политического поведения.
21. Использование PR-технологий в конструировании имиджа политика (партии).
22. Современное состояние PR: особенности и тенденции.
23. Специфика PR-технологий в современной России.
24. Роль компромата в PR-процессе.
25. Эффективные инструменты «чёрного» PR.

26. Специфика и особенности «разноцветного» PR.
27. Технологии PR в интернет - пространстве. Особенности состава и политических предпочтений Интернет - аудитории.
28. Политическая цензура в Интернете: мировой опыт.
29. Хакерские сообщества и их роль в мировой политике.
30. Феномен политического спама в Интернете.
31. Возможности и ограничения государственного регулирования Интернет.
32. Слухи как специфический инструмент неформальной коммуникации.
33. Типологии слухов в политическом пространстве.
34. Сплетни как инструмент политического PR.
35. Политические анекдоты как средство политического PR.
37. Роль компромата в PR-процессе.
38. Перспективы Интернет в российской политике.
39. Детектив как коммуникация.
40. "Мыльная опера" как коммуникация.
41. Женский роман как коммуникация.
42. Современный шлягер как коммуникация.
43. Военная песня как коммуникация.
44. Анекдот как коммуникация.
45. Телевизионные новости как коммуникация.
46. Кино как коммуникация.
47. Коммуникативный анализ телевизионной рекламы.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Критерии оценивания реферата / проекта / эссе / письменной работы

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике, документ оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями; работа имеет чёткую композицию и структуру, в тексте отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены, как минимум, сноски и ссылки на

использованную литературу; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты некорректных заимствований.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания, но есть погрешности в техническом оформлении; письменная работа имеет чёткую композицию и структуру; в тексте работы отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты некорректных заимствований.

Оценка «удовлетворительно», если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; в целом работа оформлена в соответствии с общими требованиями написания соответствующих текстов, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом письменная работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте работы; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом письменная работа представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, присутствуют единичные случаи незначительных по содержанию некорректных заимствований.

Оценка «неудовлетворительно», если содержание письменной работы соответствует заявленной в названии тематике; в работе отмечены нарушения общих требований её написания; есть погрешности в техническом оформлении; в целом письменная работа имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте письменной работы; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; письменная работа не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст фрагментарно представляет собой некорректные заимствования трудов другого автора (других авторов).

3. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Роль и основное содержание паблик рилейшнз.
2. Соотношение понятий PR в политике и бизнесе.
3. Предмет и задачи политического PR.
4. Специфика субъекта и объекта политического PR.
5. Основные методы политического PR.
6. Функции политического PR.
7. Паблик рилейшнз на Западе: от «пропагандистской» модели к модели «информирование».
8. Основные школы PR в политике.
9. Два направления развитие паблик рилейшнз: в государственной сфере и сфере бизнеса.
10. Этапы развития и становления паблик рилейшнз в России.
11. Современное состояние PR: особенности и тенденции.
12. Политический PR и функции массовой коммуникации.
13. Генеральная схема массовой коммуникации и ее модификации.
14. Коммуникатор, аудитория и коммуникационное сообщение: свойства и роль.
15. Положительные и отрицательные особенности каналов массовой коммуникации.
16. Молчаливое большинство и спираль молчания.
17. Типы коммуникации для целей PR вербальная и невербальная

Коммуникации.

18. Посткоммуникативные процессы.
19. Техника коммуникации.
20. Зарождение и развитие PR до 2 мировой войны.
21. Развитие PR в США и Западной Европе.
22. Мобилизация как процесс.
23. Сущностные и функциональные особенности политической мобилизации.
24. Социальный конфликт и мобилизация: взаимосвязь явлений.
25. Виды политической мобилизации.
26. Механизм политической мобилизации.
27. Мобилизация как социально-психологический феномен.
28. Комплекс техник манипулирования массовым сознанием.
29. Этнополитическая мобилизация: цели и особенности.
30. Социальный протест как вид политической мобилизации.
31. Основные тренды протестной мобилизации.
32. Новые технологии протестных движений.
33. Роль медиа и PR в формировании социального протеста.
34. Особенности мобилизации на международной арене: конструирование образа врага.
35. Мониторинг мобилизационной активности: средства и методы.
36. PR и медиа-технологии в прогнозировании и снижении социальной напряженности.
37. Особенности состава и политических предпочтений Интернет-аудитории.
38. Технологии PR в интернет - пространстве.
39. Политическая цензура в Интернете: мировой опыт.
40. Феномен политического спама в Интернете.
41. Возможности и ограничения государственного регулирования Интернет.
42. Типологии слухов в политическом пространстве.
43. Сплетни как инструмент политического PR.
44. Политические анекдоты как средство политического PR.
45. Сущность и функции «чёрного» PR в политике.
46. Роль компромата в PR-процессе.
47. Технологии противодействия «чёрному» PR.
48. Специфика и особенности взаимодействия «разноцветного» PR.
49. PR-технологии практической работы со СМИ.
50. Психология работы со СМИ. «Джинса».
51. Методы написания пресс-релизов и проведения пресс-конференций.
52. Особенности работы PR-менеджеров с различными СМИ.
53. Политический спичрайтинг и техника публичных выступлений.
54. Жанры и структура политических выступлений в различных СМИ.
55. PR-технологии воздействия политической рекламы.
56. Политический брэндинг и бренд-менеджмент.
57. Нейролингвистическое программирование (NLP): технологические приемы.
58. Стратегия проведения рекламных политических кампаний.
59. Специфика имиджмейкинга в политическом PR.
60. Сравнительный анализ различных имиджевых характеристик и моделей.
61. Характеристика основных типов лидеров и их имиджей.
62. Особенности консультирования в политическом процессе.
63. PR- консалтинг в современных избирательных кампаниях.
64. Формирование имиджа властных структур.
65. Российские особенности организации работы PR-служб.
66. Стратегия работы PR-служб в условиях кризиса.
67. Антикризисный PR политических партий и движений в кризисных ситуациях.

Критерии оценивания ответа студента в рамках устной формы текущей аттестации

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, системно показана совокупность освоенных знаний об

объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется при помощи научного категориально-понятийного аппарата, изложен последовательно, логично, доказательно, демонстрирует авторскую позицию студента.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен последовательно, логично и доказательно, однако допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен научным языком. Могут быть допущены 2-3 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

Критерии оценивания ответа в рамках промежуточной аттестации(экзамен)

Основой для определения оценки на зачете служит объём и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой соответствующей дисциплины. При определении требований к оценкам по дисциплинам с преобладанием теоретического обучения предлагается руководствоваться следующим:

оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка

«отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных содержательных элементов дисциплины, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности не принципиального характера в ответе на зачете и при выполнении зачетных заданий;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка

«неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Кафедра государственного управления

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Макарова Е.И. _____
(подпись)

«_____» _____ 20____ года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине (практике)

Политический PR и политическая коммуникативистика

(наименование учебной дисциплины, практики)

41.03.04 Политология

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Политическое управление

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик (разработчики):

Ст. препод. _____ Савченко Н.Н.
(должность) (подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры _____
(наименование кафедры)

от «___» _____ 20___ г., протокол № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (ФИО)

Луганск 20___ г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Политический PR и политическая коммуникативистика»**

Примечание. Набор тестовых заданий закрытого и открытого типа с ключами.

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ

1. *Что означает аббревиатура PR?*

- 1) отношения с общественностью;
- 2) личные отношения;
- 3) публичное признание;
- 4) политическое представительство.

Правильный ответ: 1.

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

2. *Как называются организации, собирающие и, как правило, на платной основе, обеспечивающие новостями СМИ, государственные, общественные и коммерческие учреждения.*

- 1) институты общественного мнения;
- 2) информационные агентства;
- 3) службы мониторинга;
- 4) менеджмента.

Правильный ответ: 2.

Компетенции (индикаторы): ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

3. *Какая из функций PR предполагает консультации по организации и развитию отношений с общественностью, разработку форм сотрудничества, разных программ и кампаний PR.*

- 1) организационно-технологическая;
- 2) информационно-консультативная;
- 3) консультативно-методическая;
- 4) контрольно-ревизионная.

Правильный ответ: 3.

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

4. *Когда Интернет начали использовать для повседневных компьютерных коммуникаций люди разных категорий.*

- 1) с первого дня создания «Интернета»
- 2) к 1985 году;
- 3) к 1988 году;

4) к 1990 году,

Правильный ответ: 2.

Компетенции (индикаторы): ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. *Соотнесите этапы становления связей с общественностью в России с событиями:*

1. этап	а) проведение первых информационных кампаний
2. этап	б) открытие представительств международных агентств PR
3. этап	в) внедрение PR в практику избирательных кампаний

Правильный ответ: 1-б,2-а,3-в.

Компетенции: ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

2. *Установите соответствие между названиями основных мероприятий PR - службы и их определениями .*

1. Брифинг	а) экспертные комментарии, интервью, участие в подкастах, телепередачах и радиоэфирах в качестве гостя и т.д.
2. Пресс-конференция	б) работа над имиджем бренда внутри коллектива и среди соискателей
3. Работа со СМИ	в) создание партнёрства с другими компаниями и участие в социально ответственных проектах
4. Корпоративная работа	г) мероприятие, целью которого является прямой контакт с представителями СМИ для демонстраций чего-то или кого-то и ответов на вопросы
5. Спонсорство и партнёрство.	д) сообщение важной информации, комментарии по теме и ответы на интересующие вопросы

Правильный ответ: 1-д,2-г, 3-а,4-б,5-в.

Компетенции: ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

3. *Соотнесите мероприятия PR и их применение.*

1) круглый стол;

2) брифинг;

3) пресс-конференции.

а) встреча представителя футбольной сборной с журналистами с целью сообщить о планах на будущий сезон;

- б) очередной выпуск программы «Времена» Познера, обсуждение вопроса о политических партиях;
- в) встреча представителей управления образования и санэпидемстанции с журналистами по проблеме отравлений в общеобразовательных учреждениях.

Правильный ответ: 1-б, 2-в, 3-а.

Компетенции: УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

4. Установите соответствие между основными функциями ПР – деятельности и их определениями.

1. Контроль мнения и поведения общественности	а) функция способствует связям с организации с группами общественности путем содействия плодотворному взаимодействию с ними
2. Реагирование на общественность.	б) функция направлена на удовлетворение потребностей и интересов организации, от имени которой проводятся PR-акции
3. Достижение взаимовыгодных отношений	в) функция учитывает события, проблемы или поведение других и соответствующим образом реагирует на них

Правильный ответ: 1-б, 2-в, 3-а

Компетенции: УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов презентации:

- 1) ответы на вопросы гостей;
- 2) показ видеофильма;
- 3) краткие сообщения представителей фирмы;
- 4) представления руководителей фирмы гостям;
- 5) вручение сувениров;
- 6) выступления гостей;

Правильный ответ: 4, 2, 3, 1, 6, 5.

Компетенции: УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

2. Расположите в правильной последовательности этапы стратегического планирования ПР — кампании

- 1) анализ положительных и отрицательных элементов существующей системы управления;
- 2) анализ и оценка внешней среды;
- 3) анализ стратегических альтернатив;
- 4) анализ и оценка внутренней среды;

- 5) формы, методы и способы реализации стратегии;
- 6) оценка предлагаемой стратегии развития;
- 7) выбор стратегии;

Правильный ответ: 2,4,1,3,7,5,6.

Компетенции: ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

3. *Расположите в правильном порядке организационную работу по подготовке приема.*

- 1) составление меню
- 2) составление списка гостей и рассылка приглашений
- 3) определение формы приема
- 4) написание сценария
- 5) подготовка речи и определение очередности выступающих

Правильный ответ: 2,1,4,3,5

Компетенции: УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

4. *Установите очередность в схеме развития PR-мероприятий в обычной кризисной ситуации.*

- 1) блокирование работы компании
- 2) нагнетание обстановки
- 3) неожиданность возникновения кризиса
- 4) паника
- 5) усиление внешнего контроля над кампанией
- 6) потеря контроля
- 7) недостаток информации

Правильный ответ: 7,6,3,4,5, 2,1.

Компетенции: ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Одна из письменных форм информирования СМИ о деятельности организации — это _____*

Правильный ответ: пресс-релиз

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

2. *Продолжите фразу: «Если вы хотите привлечь кого-либо на свою сторону, прежде всего, убедите его в том, что _____»*

Правильный ответ: вы ему друг

Компетенции (индикаторы): ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

3. *Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если _____»*

Правильный ответ: требует минимум усилий со стороны целевой аудитории

Компетенции: ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

4. *В основе взаимодействия общества и власти лежит принцип_____*

Правильный ответ: коллективной ответственности

Компетенция (индикаторы): УК-10 (УК-10.1,УК-10.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Цель PR – кампании — это_____

Правильный ответ: убедить людей изменить свое мнение по какому-либо поводу, создать благоприятное общественное мнение и завоевать расположение общественности.

Компетенции (индикаторы) ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

2. К основным задачам PR относятся _____

Правильный ответ: определение рекомендаций по созданию и совершенствованию имиджа организации, улучшение взаимопонимания между организацией и контактными аудиториями.

Компетенции (индикаторы): ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

3. *Какие препятствия, возникают в отношениях между организацией и консалтинговой PR-фирмой:*

Правильный ответ: внутреннее сопротивление новым идеям и высокая стоимость услуг

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1,УК-10.2)

4. *Какими личными качествами должен обладать специалист публичных отношений*

Правильный ответ: интуиций, способностью к анализу и творчески мыслить.

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1,УК-10.2)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Какие основные функции PR в политической сфере.*

Правильный ответ: правильный ответ должен содержать следующие смысловые элементы (обязательный минимум):

1)информационно-коммуникативная функция - включает информационную работу с населением, поддерживает социально-психологический климат внутри государственных учреждений, обеспечивает соблюдение служебной этики.

2)консультативно-методическая функция - организует консультирование по установлению взаимоотношений с общественностью разнообразных властных структур.

3)организационно-правовая функция - способствует подготовке и проведению различных акций, пиар-кампаний, конференций с использованием технических средств, и привлечением средств массовой информации.

Компетенции (индикаторы): ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

2. Какие основные принципы этики в PR

Правильный ответ: правильный ответ должен содержать следующие смысловые элементы (обязательный минимум):

1)честность - предоставленная информация должна быть точной и правдивой, без искажения фактов и манипуляций;

2)прозрачность - организации должны быть готовы объяснить свои действия и решения, предоставляя полную и объективную картину происходящего.

3)ответственность - специалисты по PR должны учитывать интересы всех заинтересованных сторон и действовать в соответствии с этическими стандартами;

4)уважение - к аудитории, коллегам и конкурентам является неотъемлемой частью профессиональной этики.

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1,УК-10.2)

3.Из каких элементов состоит пиар – кампания. Перечислите:

Правильный ответ: правильный ответ должен содержать следующие смысловые элементы (обязательный минимум):

1) общественные коммуникации;

2) формирование отношений с целевой группой и связей со СМИ;

3) создание и укрепление имиджа рекламируемого объекта;

4) налаживание и поддержание отношений с партнерами;

5) отношения с институтами власти;

6) выход на международный уровень.

Компетенции (индикаторы): ОПК-7(ОПК-7.1, ОПК-7.2)

4. Этапы формирования имиджа кандидата:

Правильный ответ: правильный ответ должен содержать следующие смысловые элементы (обязательный минимум):

1) исследования - определяются ожидаемые качества и способности кандидата;

2) разработка стратегического образа - специалисты в области избирательных технологий и имиджмейкеры разрабатывают образ кандидата;

3) доведение образа до избирателей - специалисты в области агитации и пропаганды, используя СМИ, печатную и наружную рекламу, другие способы коммуникации, доводят этот образ до избирателей.

4) закрепление образа - доверенные лица и агитаторы в непосредственном общении с избирателями закрепляют этот образ;

5) демонстрация и укрепление имиджа кандидатом - на встречах с избирателями кандидат демонстрирует разработанный образ и укрепляет свой имидж.

Компетенции (индикаторы): УК-10 (УК-10.1, УК-10.2)

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) *по дисциплине «Политический PR и политическая коммуникативистика»* соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 41.03.04 Политология.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии кафедры государственного управления  Волошинова Н. А.