

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

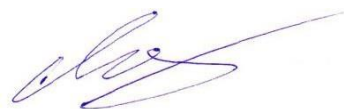
Кафедра «Экономика, финансы и управление»

СОГЛАСОВАНО
Директор ООО "Профи-Ресурс"



Д.Г. Юсупова
«21» апреля 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала
Финуниверситета



А.А. Якушев
«21» апреля 2021 г.

О. Н. Климова

ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль
«Реклама и связи с общественностью»
(очная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Уральского филиала Финуниверситета
(Протокол № 31 от «20» апреля 2021 г.)
Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и управления»
(протокол № 11 от «13» апреля 2021 г.)*

Челябинск 2021

Содержание

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
4. Объём дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1 Содержание дисциплины	7
5.2 Учебно-тематический план	10
5.3 Содержание семинаров, практических занятий	11
6. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	15
6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	15
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	16
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	20
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы	20
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описывание шкал оценивания	23
7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	29
7.4 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов	31
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	32
9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	32
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	33
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	34
12. Описание материальной базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	35

1.

Наименование дисциплины

Б1.2.1.3 «Политический PR»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем; - основные способы и приемы работы с актуальной политической информацией; - экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать структуры медиакоммуникационных систем; - применять технологии работы в медиакоммуникационных системах; - использовать экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы; - основные способы и приемы количественных методов исследования; - методы политического анализа и прогноза, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, России. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать влияние формальных и неформальных

			<p>институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять навыки использования количественных методов исследования, - использовать методы политико-экономического анализа и прогноза в медийной сфере
ПКП-2	Способность определить коммуникативную стратегию и порядок ее реализации в соответствии с социально-политическим моментом	<p>1. Таргетирует коммуникационную кампанию в соответствии с социально-политическим моментом.</p> <p>2. Разрабатывает стратегию, интегрированные коммуникации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - суть коммуникационной кампании; - основные методы экспертной оценки событий и процессов, - порядок формирования коммуникативной стратегии и порядок ее реализации в соответствии с социально-политическим моментом <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать коммуникационную кампанию; - применять навыки экспертной оценки событий и процессов, - формировать коммуникативную стратегию в соответствии с социально-политическим моментом <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегии; - концепцию интегрированных коммуникаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегию в соответствии с социально-политическим моментом; - применять концепцию интегрированных коммуникаций.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	1. Использует знания о закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности межкультурного разнообразия общества; - методологию и методы связей с общественностью с учетом межкультурного разнообразия общества; - виды мировоззрений <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предвидеть варианты

			<p>межкультурного разнообразия общества;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методологию и методы связей с общественностью в полиэтническом обществе при подготовки информационных материалов - толерантно относится к различным видам мировоззрения.
		<p>2. Использует навыки научного мышления для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные основы связей с общественностью; - клише суждений и умозаключений в сфере связей с общественностью; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснять научные основы связей с общественностью; - формулировать аргументированные суждений и умозаключений в сфере связей с общественностью
		<p>3. Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды информации; - основные принципы работы с информационными данными; - способы и приемы влияния современных СМИ на человека и общество в социально-историческом и этическом контекстах. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять различные виды информации в информационном потоке; - использовать основные принципы работы с информационными данными; - применять навыки работы с информацией, ее поиска, анализа и интерпретации для подготовки материалов политического PR, информационного сопровождения политических компаний

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политический PR» входит в модуль дисциплин профиля «Реклама и связи с общественностью» для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Политический PR» основывается на сумме знаний, полученных в результате изучения дисциплин: «История», «Социология массовых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Теория и практика PR».

4. Объём дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации – экзамен

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	Семестр 3
		в часах
Общая трудоемкость дисциплины	4 /144	144
Аудиторные занятия	68	68
Лекции	34	34
Практические занятия	34	34
в т.ч. в интерактивных формах	34	34
Самостоятельная работа	76	76
Текущий контроль	домашнее творческое задание	
Вид промежуточной аттестации	экзамен	

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Политический PR в системе социально-политической коммуникации

Теоретические подходы к интерпретации сути политического PR. Функции PR в политической системе. Политический PR в условиях демократии, автократии, гибридного режима. Политический PR и проблема олигархии. Политический PR как механизм коммуникации между политическими игроками. Взгляды теоретиков полиархии и неомарксистов на современные формы связей с общественностью в политической сфере.

Политический PR и социально-политическая модернизация обществ. Краткая история эволюции политического PR в ключевых странах Запада. Дебаты о политическом PR в контексте проблем постмодернизма как этапа

развития ключевых государств Запада. Проблема глобализации и переноса западного опыта политического PR на не-западную почву.

Тема 2. Политический PR как инструмент политической борьбы

Политическая борьба как борьба за принятие стратегических решений. Востребованность коммуникативного обеспечения принятия стратегических решений. Сокращение издержек на социально-политическую коммуникацию при применении особых коммуникативных технологий, включая PR. Отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики. PR в публичной и непубличной политической борьбе: общее и особенное. Политический PR в условиях медиакратизации политических процессов. Влияние контекста политической культуры на особенности политического PR как инструмента политики в различных обществах.

Тема 3. Каналы связи в политическом PR.

Манипулятивные и консоциативные методы продвижения коммуникативных сообщений в политическом PR. Пиаровские методы поднятия легитимности властных структур и негосударственных общественно-политических игроков. Неинституциональный подход к анализу транзакционных издержек при организации различных форм PR-процессов. Роль медиаканалов в политическом PR. Особенности коммуникаций с участием качественных печатных медиа и деловых телеканалов. Ключевые деловые телеканалы, участвующие в конкуренции на уровне global English. Особенности коммуникации через популярные массовые медиа, их отличия от качественных СМИ. Дифференциация уровня интернет-СМИ, особая роль электронных социальных сетей. Работа через механизм интервью. Sleaze и spin в современной истории политического PR. Работа с политическими брендами. Эксплуатация ресурсов экспертного сообщества и публичных интеллектуалов в создании востребованного политического имиджа. Основные черты развития политического PR в США. Дискуссия о политическом PR в современных стратегиях британской политической коммуникации («модные тренды»).

Тема 4. Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса

Совокупность политических интересов бизнеса: регулирование, налоги, поддержание общих правил игры. Значимость политических решений по эксплуатации принципов экономической свободы или протекционизма. Значимость политических решений по экологическому регулированию. Значимость политических решений по миграции и/или международной интеграции. Финансирование крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний на уровне депутатов различных ассамблей, экспертов и журналистов. Особенности политического PR в бизнес-процессах стран континентальной Европы. Политический PR и тенденции к корпоративизации социально-экономических и политических систем ряда государств континентальной

Европы.

Тема 5. Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации

Политический PR в эпоху политической трансформации после окончания «холодной войны». Политический PR в работе ключевых аналитических центров: восточноевропейский и российский опыт. Появление новых профессий коммуникативного характера. Создание PR-ассоциаций, появление корпоративных правил в работе специалистов по политическому PR. Резкий рост значимости публичных политических коммуникаций. Рост значимости непубличных политических коммуникаций на поздней стадии политической трансформации ряда государств. Политический PR на службе новых элит и преобразованных групп интересов. Новые социальные науки и методы экспертизы во взаимодействии с политическим PR в новых независимых государствах.

Тема 6. Политический PR и современная партийная политика

Черты современной партийной политики и востребованность PR-инноваций. Картельные партии (Р.Катц, П.Майр), электорально-профессиональные партии (Панебианко) на современном этапе. Медиатизация партийной политики. Политический PR и особенности институционализации партийных систем в постсоветских государствах. Политический PR в межпартийной и внутрипартийной конкуренции, в конфликтах на уровне фракций. Политический PR в условиях дискуссий о современном парламентаризме лекторальных реформах. Политические коммуникации с участием партий на личной политической конкуренции в ряде постсоветских стран. Политический PR на площадках Совета Европы, ПА ОБСЕ, ПА НАТО, ПА ОДКБ, Европарламента.

Тема 7. Политический PR и пропаганда: совпадения и различия

История пропаганды в Европе XX века. Континентальная Европа 30-х годов. Пропаганда в годы Мировых войн (Бернейс Э., Липпман У.). История политического PR и пропаганды в США, соотношение экономического и политического PR. Пропаганда в СССР. Перестройка, постсоветская Россия 1990-х годов, переход от пропаганды к политическому PR. Современное состояние политического PR в России, использование элементов пропаганды в борьбе за достижение политических целей.

Тема 8. Политический PR и политический GR

История возникновения и развития политического GR, его пересечение с политическим PR, общее и отличное. Revolving door («вращающаяся дверь») - популярное в европейском лоббировании явление, когда бывшие чиновники после ухода с государственной службы поступают на работу в лоббистские фирмы. Influence peddling – торговля влиянием, использование высокого положения, репутационного капитала в лоббистских GR целях.

5.2. Учебно-тематический план

Наименование темы (раздела) дисциплины	Все- го	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успева- емости
		Аудиторная работа				Само- стоя- тель- ная работа	
		Об- щая	Лек- ции	Практи- ческие и семинар- ские занятия	в том числе занятия в интерак- тивной форме		
Тема 1. Политический PR в системе социально- политической коммуникации	14	8	4	4	4	6	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 2. Политический PR как инструмент политической борьбы	18	8	4	4	4	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 3. Каналы связи в политическом PR.	18	8	4	4	4	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 4. Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	18	8	4	4	4	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 5. Особенности политического PR в странах постсоветской	18	8	4	4	4	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион-

трансформации							ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 6. Политический PR и современная партийная политика	18	8	4	4	4	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 7. Политический PR и пропаганда: совпадения и различия	18	8	4	4	4	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Тема 8. Политический PR и политический GR	22	12	6	6	6	10	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуацион- ных задач Самостоя- тельная работа
Итого в семестре	144	68	34	34	34	76	домашнее творческое задание
Всего, в %					50		

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники	Форма проведения занятия
Политический PR в системе социально- политической коммуникации	Теоретические подходы к интерпретации сути политического PR. Функции PR в политической системе. Политический PR в условиях демократии, автократии, гибридного режима. Политический PR и проблема олигархии. Политический PR как механизм коммуникации между политическими игроками. Взгляды теоретиков полиархии и неомарксистов на	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач

	<p>современные формы связей с общественностью в политической сфере. Политический PR и социально-политическая модернизация обществ. Краткая история эволюции политического PR в ключевых странах Запада. Дебаты о политическом PR в контексте проблем постмодернизма как этапа развития ключевых государств Запада. Проблема глобализации и переноса западного опыта политического PR на не-западную почву.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	
<p>Политический PR как инструмент политической борьбы</p>	<p>Политическая борьба как борьба за принятие стратегических решений. Востребованность коммуникативного обеспечения принятия стратегических решений. Сокращение издержек на социально-политическую коммуникацию при применении особых коммуникативных технологий, включая PR. Отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики. PR в публичной и непубличной политической борьбе: общее и особенное. Политический PR в условиях медиакратизации политических процессов. Влияние контекста политической культуры на особенности политического PR как инструмента политики в различных обществах</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	<p>Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач</p>
<p>Каналы связи в политическом PR.</p>	<p>Манипулятивные и консоциативные методы продвижения коммуникативных сообщений в политическом PR. Пиаровские методы поднятия легитимности властных структур и негосударственных общественно-политических игроков. Неоинституциональный подход к анализу транзакционных издержек при организации различных форм PR-процессов. Роль медиаканалов в политическом PR. Особенности коммуникаций с участием качественных печатных медиа и деловых телеканалов. Ключевые деловые телеканалы, участвующие в конкуренции на уровне global English. Особенности коммуникации через популярные массовые медиа, их отличия от качественных СМИ. Дифференциация уровня интернет-СМИ, особая роль электронных социальных сетей. Работа через механизм интервью. Sleaze и spin в современной истории политического PR. Работа с политическими брендами. Эксплуатация ресурсов</p>	<p>Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач</p>

	<p>экспертного сообщества и публичных интеллектуалов в создании востребованного политического имиджа. Основные черты развития политического PR в США. Дискуссия о политическом PR в современных стратегиях британской политической коммуникации («модные тренды»).</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	
<p>Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса</p>	<p>Совокупность политических интересов бизнеса: регулирование, налоги, поддержание общих правил игры. Значимость политических решений по эксплуатации принципов экономической свободы или протекционизма. Значимость политических решений по экологическому регулированию. Значимость политических решений по миграции и/или международной интеграции. Финансирование крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний на уровне депутатов различных ассамблей, экспертов и журналистов. Особенности политического PR в бизнес-процессах стран континентальной Европы. Политический PR и тенденции к корпоративизации социально-экономических и политических систем ряда государств континентальной Европы.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	<p>Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач</p>
<p>Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации</p>	<p>Политический PR в эпоху политической трансформации после окончания «холодной войны». Политический PR в работе ключевых аналитических центров: восточноевропейский российский опыт. Появление новых профессий коммуникативного характера. Создание PR-ассоциаций, появление корпоративных правил в работе специалистов по политическому PR. Резкий рост значимости публичных политических коммуникаций. Рост значимости непубличных политических коммуникаций на поздней стадии политической трансформации ряда государств. Политический PR на службе новых элит и преобразованных групп интересов. Новые социальные науки и методы экспертизы во взаимодействии с политическим PR в новых независимых государствах.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	<p>Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач</p>
<p>Политический PR и современная партийная политика</p>	<p>Черты современной партийной политики и востребованность PR-инноваций. Картельные партии (Р.Катц, П.Майр), электорально-профессиональные партии (Панебианко) на</p>	<p>Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных</p>

	<p>современном этапе. Медиатизация партийной политики. Политический PR и особенности институционализации партийных систем в постсоветских государствах. Политический PR в межпартийной и внутрипартийной конкуренции, в конфликтах на уровне фракций. Политический PR в условиях дискуссий о современном парламентаризме и электоральных реформах. Политические коммуникации с участием партий на международном уровне. Политический PR и феномен ограниченной публичной политической конкуренции в ряде постсоветских стран. Политический PR на площадках Совета Европы, ПА ОБСЕ, ПА НАТО, ПА ОДКБ, Европарламента.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	задач
Политический PR и пропаганда: совпадения и различия	<p>История пропаганды в Европе XX века. Континентальная Европа 30-х годов. Пропаганда в годы Мировых войн (Бернейс Э., Липпман У.). История политического PR и пропаганды в США, соотношение экономического и политического PR. Пропаганда в СССР. Перестройка, постсоветская Россия 1990-х годов, переход от пропаганды к политическому PR. Современное состояние политического PR в России, использование элементов пропаганды в борьбе за достижение политических целей.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач
Политический PR и политический GR	<p>История возникновения и развития политического Джиар, его пересечение с политическим PR, общее и отличное. Revolving door («вращающаяся дверь») - популярное в европейском лоббировании явление, когда бывшие чиновники после ухода с государственной службы поступают на работу в лоббистские фирмы. Influence peddling – торговля влиянием, использование высокого положения, репутационного капитала в лоббистских и GR целях. Связь крупных компаний и бизнесменов с органами государственной власти, создание благоприятного образа компании и политика средствами политического PR.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-7</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач

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

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Форма внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Политический PR в системе социально-политической коммуникации	Политический PR в контексте национальной политической культуры. (Г. Алмонд, С. Верба). Традиции, ценности, картина мира. Как это влияет на подачу и восприятие политологической информации в информационном пространстве. Подготовьте кейсы на тему.	- работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы. Подготовка к написанию домашнего творческого задания.
Тема 2. Политический PR как инструмент политической борьбы	Политический PR как инструмент политической борьбы в современной России. Официальные и оппозиционные СМИ, отличия в освещении событий, их оценке.	- работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.
Тема 3. Каналы связи в политическом PR.	Каналы связи в политическом PR. Лидеры общественного мнения выражающие интересы политиков и политических партий. Насколько эффективно воздействие на аудиторию обращения.	- работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.
Тема 4. Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	Бизнес имеет свои политические интересы. Они тесно связаны с экономикой, вопросами собственности, взаимоотношениями бизнеса и власти. Подготовьте кейсы на тему.	- работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.
Тема 5. Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации	Украина и страны Балтии как наиболее западное, европеизированное пространство политических коммуникаций. Подготовьте кейсы на тему. Среднеазиатские страны второй, азиатский полюс политических коммуникаций, политических и социокультурных трансформаций на постсоветском пространстве. Подготовьте кейсы на тему.	- работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.

Тема 6. Политический PR и современная партийная политика	Политический PR в современной России, влияние на политические процессы, партийное строительство, вопросы сохранения и достижения власти на федеральных, региональных и местных выборах. Подготовьте кейсы на тему.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.
Тема 7. Политический PR и пропаганда: совпадения и различия	Пропаганда и политический PR, есть ли различия и в чем они. Что происходит сегодня в информационном пространстве России, насколько совпадают политический PR и пропаганда. Подготовьте кейсы на тему.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.
Тема 8. Политический PR и политический GR	Политический PR и политический GR, есть ли различия и в чем они. Что происходит сегодня в информационном пространстве России, насколько совпадают политический PR и GR. Подготовьте кейсы на тему.	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом и слайдами лекции; - составление плана и тезисов ответа; - составление ответов на вопросы.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Практико-ориентированные задания

Задание 1

Выберите из новостной ленты медиакоммуникационных систем региона, страны и мира три актуальных события, отражающие действия политиков, политических партий, общественных движений. Как эти события отразились в СМИ. Выберите позитивные, нейтральные и негативные оценки этих событий, свяжите их с позицией представивших их общественности медиакоммуникативных систем.

Задание 2

Дайте экспертный прогноз эволюции лоялистских медиакоммуникационных систем в России по шкале прошлое- настоящее- будущее, либерализм-консерватизм.

Проанализируйте историческую эволюцию позиции выбранного СМИ: газеты Коммерсант, Ведомости, журнала Эксперт, интернет СМИ Лента.ру, проведите SWOT-анализ выбранного издания.

Задание 3

Проанализируйте электоральную динамику политических партий на федеральных и/или региональных выборах последних лет (две избирательные компании по выбору). Насколько она совпадает с

транслированными в медийном пространстве экспертными оценками, социологическими прогнозами, сделанными до проведения выборов?

Задание 4

Подготовьте аналитическую записку по трендам электорального поведения избирателей на прошедших федеральных и региональных выборах. Составьте новостное сообщение на основе данной записки для размещения в сети Интернет. Соберите отклики группы в социальной сети на данное сообщение. Проанализируйте с помощью метода сетевого анализа характеристики откликов. Составьте рекомендации PR-агентству по оптимизации продвижения сообщения в социальных сетях.

Задание 5

На основе необихевиоралистского подхода и метода контент-анализа политических текстов проанализируйте одно из выступлений мэра полиэтнического сообщества - Москвы Сергея Семеновича Собянина по тематике современного состояния и перспектив развития Московской агломерации. Выявите предметы и темы выступления, эксплицитные и имплицитные высказывания, позитивные и негативные коннотации. Распределите коннотированные высказывания по оси времени «прошлое – настоящее – будущее» в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Составьте когнитивную карту значимых тем высказывания. Спрогнозируйте возможную реакцию С.С. Собянина на реализованную возможность резкого усиления электоральной конкуренции в г. Москве, связанной с данными темами.

Задание 6

Представьте сравнительный анализ медийного освещения либеральных, лоялистских и консервативных сил в российских СМИ за последние 5 лет. Сравните объем освещения в процентах, позитивные, негативные и нейтральные упоминания в СМИ (в процентах) На основе этого проанализируйте возможные перспективы и риски этих общественно-политических направлений (партий).

Подготовьте презентацию в формате Power Point, в которой в виде диаграмм и схем будут представлены сравнительные характеристики медийного освещения либералов, лоялистов и консерваторов в СМИ.

Примерная тематика домашнего творческого задания

1. Политический PR и пропаганда как форма политической коммуникации. Общее и отличное. Использование в современных электоральных компаниях. Разберите выбранные кейсы.
2. Лоббизм и GR как форма политической коммуникации. Приведите примеры эффективного использования в России.

3. Политический конфликт как форма политической коммуникации
4. Проанализируйте роль СМИ в политической коммуникации
5. Группа давления как субъект политической коммуникации. Дайте определение и приведите примеры эффективной лоббистской деятельности.
6. Политический PR в гибридных политических режимах.
7. Политический PR в авторитарных политических режимах
8. Роль политического PR в «цветных революциях» на постсоветском пространстве.
9. PR-сопровождение предвыборной кампании в регионе России.
10. Политический PR на муниципальных выборах на примере крупного российского города (город по выбору студента).
11. Использование политического PR сепаратистскими движениями в современной Европе.
12. Использование политического PR сепаратистскими движениями в современной Азии.
13. Использование политического PR экологическими движениями в современном мире.
14. Использование политического PR для поддержки мирных переговоров: опыт военных конфликтов последних десятилетий и попыток их разрешения.
15. Использование политического PR легитимистскими структурами и политиками
16. Использование политического PR на постсоветском пространстве (страна по выбору студента)
17. Пропаганда в СССР.
18. Пропаганда в США.
19. Политический PR и пропаганда в годы Мировых войн.
20. Политический PR в постсоветской России. Основные этапы и характеристики.
21. Политический PR в постсоветской России. Левый политический спектр.
22. Политический PR в постсоветской России. Правый политический спектр.
23. Политический PR в постсоветской России. Центристы.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов-бакалавров, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Основными формами текущего контроля знаний являются:

- участие в дискуссиях по проблемным темам дисциплины;
- выполнение тестовых заданий и их обсуждение;
- выполнение домашнего творческого задания.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Оценка знаний студентов-бакалавров осуществляется в баллах с учетом:

- оценки за работу в семестре/модуле (участие в дискуссиях, выполнение тестовых заданий, написание домашнего творческого задания и т.д.);
- оценки, полученной на экзамене.

Оценка знаний по 100-балльной шкале реализуется в соответствии с критериями балльно-рейтинговой системы Финансового университета.

Основные требования к результатам освоения дисциплины

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка или зачет	Баллы (рейтинговая оценка)
Глубокое усвоение программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (высокий уровень сформированности компетенций), логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, свободное решение задач и обоснование принятого решения, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Отлично/ Зачтено</i>	86-100
Твердые знания программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (продвинутый уровень сформированности компетенций), грамотное и по существу его изложение, допустимы не существенные неточности в ответе на вопрос, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов и задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Хорошо/ Зачтено</i>	70-85
Знание только основного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (пороговый уровень сформированности компетенций), допустимы неточности в ответе на вопрос, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Удовлет. / Зачтено</i>	51-69
Незнание значительной части программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (не сформирован пороговый уровень компетенций), неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы экзаменационного билета, невыполнение практических заданий.	<i>Неудовлет. / Не зачтено</i>	0-50

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень результатов, формируемых в процессе освоения дисциплины содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Этапы формирования компетенций

№ темы	Тематика занятия	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенций (знания, умения)
1	Тема 1. Политический PR в системе социально-политической коммуникации	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	Знать: - значение политического PR в социально-политической модернизации общества; - историю эволюции политического PR в ключевых странах Запада. Уметь: - использовать политический PR в системе социально-политической модели общества; - применять исторический опыт политического PR в реалиях российского общества.
2	Тема 2. Политический PR как инструмент политической борьбы	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	Знать: - Отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики. - PR в публичной и непубличной политической борьбе. Уметь: - применять PR в публичной и непубличной

				<p>политической борьбе;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать параметры воздействия на деловую культуру; - учитывать отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики
3	Тема 3. Каналы связи в политическом PR.	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы продвижения коммуникативных сообщений в политическом PR. - Ключевые деловые телеканалы, участвующие в конкуренции на уровне global English. - особая роль электронных социальных сетей. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы продвижения коммуникативных сообщений в политическом PR; - выявлять Ключевые деловые телеканалы, участвующие в конкуренции на уровне global English; - работать в электронных социальных сетях.
4	Тема 4. Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разновидности политических решений; - способы финансирования крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний на уровне депутатов различных ассамблей, экспертов и журналистов. - политический PR и тенденции к корпоративизации и

				<p>социально-экономических и политических систем ряда государств</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять разновидности политических решений; - использовать различные способы финансирования крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний; - интерпретировать политический PR и тенденции к корпоративизации и социально-экономических и политических систем ряда государств
5	Тема 5. Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - новых профессий коммуникативного характера. - значение публичных политических коммуникаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять новых профессий коммуникативного характера; - оценивать значение публичных политических коммуникаций .
6	Тема 6. Политический PR и современная партийная политика	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - классификации политических партий; - политические коммуникации с участием партий <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать классификации политических партий; - применять политические коммуникации с участием партий в публичных политических процессах .
7	Тема 7. Политический PR и	ОКП-5 ПКП-2	Устный опрос. Дискуссия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - История пропаганды в

	пропаганда: совпадения и различия	УК-5	Решение ситуационных задач	Европе и США, - Историю пропаганды в СССР. -Современное состояние политического PR в России. Уметь: - использовать историю пропаганды в Европе и США; - сравнивать историю пропаганды в США и СССР - оценивать современное состояние политического PR в России.
8	Тема 8. Политический PR и политический GR	ОКП-5 ПКП-2 УК-5	Устный опрос. Дискуссия Решение ситуационных задач	Знать: - Историю политического GR; - создание благоприятного образа компании и политика средствами политического PR. Уметь: - использовать историю политического GR; - моделировать создание благоприятного образа компании и политика средствами политического PR..

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описывание шкал оценивания

Компетенция **ОПК-5** – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

<i>Показатели Оценивания</i>	<i>Критерии Оценивания</i>	<i>Шкала оценивания</i>
1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Знает: - структуры медиакоммуникационных систем. Умеет: - создавать структуры медиакоммуникационных систем.	Пороговый уровень от 50 баллов

	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем; - основные способы и приемы работы с актуальной политической информацией; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать структуры медиакоммуникационных систем; - применять технологии работы в медиакоммуникационных системах. 	<p><i>Продвинутый уровень от 70 баллов</i></p>
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры медиакоммуникационных систем; - основные способы и приемы работы с актуальной политической информацией; - экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать структуры медиакоммуникационных систем; - применять технологии работы в медиакоммуникационных системах; - использовать экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона. 	<p><i>Высокий уровень от 86 баллов</i></p>
<p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать влияние формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы 	<p><i>Пороговый уровень от 50 баллов</i></p>
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы; - основные способы и приемы количественных методов исследования. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать влияние формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы; - применять навыки использования количественных методов исследования. 	<p><i>Продвинутый уровень от 70 баллов</i></p>

	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы; - основные способы и приемы количественных методов исследования; - методы политического анализа и прогноза, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, России. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать влияние формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы; - применять навыки использования количественных методов исследования, - использовать методы политико-экономического анализа и прогноза в медийной сфере 	<p>Высокий уровень от 86 баллов</p>
--	--	--

Компетенция **ПКП-2** – Способность определить коммуникативную стратегию и порядок ее реализации в соответствии с социально-политическим моментом

<i>Показатели Оценивания</i>	<i>Критерии Оценивания</i>	<i>Шкала оценивания</i>
1.Таргетирует коммуникационную кампанию в соответствии с социально-политическим моментом.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - суть коммуникационной кампании; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать коммуникационную кампанию 	<p>Пороговый уровень от 50 баллов</p>
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - суть коммуникационной кампании; - основные методы экспертной оценки событий и процессов, <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать коммуникационную кампанию; - применять навыки экспертной оценки событий и процессов 	<p>Продвинутый уровень от 70 баллов</p>
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - суть коммуникационной кампании; - основные методы экспертной оценки событий и процессов, - порядок формирования коммуникативной стратегии и порядок ее реализации в соответствии с социально-политическим моментом 	<p>Высокий уровень от 86 баллов</p>

	Умеет: - разрабатывать коммуникационную кампанию; - применять навыки экспертной оценки событий и процессов, - формировать коммуникативную стратегию в соответствии с социально-политическим моментом	
2.Разрабатывает стратегию, интегрированные коммуникации в соответствии с социально-политическим моментом.	Знает: - стратегии; Умеет: - разрабатывать стратегию в соответствии с социально-политическим моментом.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знает: - стратегии; - концепцию интегрированных коммуникаций; Умеет: - разрабатывать стратегию в соответствии с социально-политическим моментом.	Продвинутый уровень от 70 баллов
	Знает: - стратегии; - концепцию интегрированных коммуникаций; Умеет: - разрабатывать стратегию в соответствии с социально-политическим моментом; — применять концепцию интегрированных коммуникаций.	Высокий уровень от 86 баллов

Компетенция **УК-5** – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Показатели Оценивания	Критерии Оценивания	Шкала оценивания
1.Использует знания о закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов.	Знает: - закономерности межкультурного разнообразия общества Умеет: - предвидеть варианты межкультурного разнообразия общества.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знает: - закономерности межкультурного разнообразия общества; - методологию и методы связей с общественностью с учетом межкультурного разнообразия общества.	Продвинутый уровень от 70 баллов

	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предвидеть варианты межкультурного разнообразия общества; - применять методологию и методы связей с общественностью в полиэтническом обществе при подготовки информационных материалов. 	
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности межкультурного разнообразия общества; - методологию и методы связей с общественностью с учетом межкультурного разнообразия общества; - виды мировоззрений <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предвидеть варианты межкультурного разнообразия общества; - применять методологию и методы связей с общественностью в полиэтническом обществе при подготовки информационных материалов - толерантно относится к различным видам мировоззрения. 	Высокий уровень от 86 баллов
2.Использует навыки научного мышления для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные основы связей с общественностью; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснять научные основы связей с общественностью 	Пороговый уровень от 50 баллов
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные основы связей с общественностью; - клише суждений и умозаключений в сфере связей с общественностью; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснять научные основы связей с общественностью 	Продвинутый уровень от 70 баллов
	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - научные основы связей с общественностью; - клише суждений и умозаключений в сфере связей с общественностью; <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объяснять научные основы связей с общественностью; - формулировать аргументированные суждений и умозаключений в сфере связей с общественностью 	Высокий уровень от 86 баллов

3.Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.	Знает: - виды информации Умеет: - выделять различные виды информации в информационном потоке	<i>Пороговый уровень от 50 баллов</i>
	Знает: - виды информации; - основные принципы работы с информационными данными. Умеет: - выделять различные виды информации в информационном потоке; - использовать основные принципы работы с информационными данными;	<i>Продвинутый уровень от 70 баллов</i>
	Знает: - виды информации; - основные принципы работы с информационными данными; - способы и приемы влияния современных СМИ на человека и общество в социально- историческом и этическом контекстах. Умеет: - выделять различные виды информации в информационном потоке; - использовать основные принципы работы с информационными данными; - применять навыки работы с информацией, ее поиска, анализа и интерпретации для подготовки материалов политического PR, информационного сопровождения политических компаний	<i>Высокий уровень от 86 баллов</i>

Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Пороговый	Продвинутый	Высокий
	Оценка		
	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОПК – 5	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
		Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение

			ситуационных задач
ПКП – 2	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
		Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение ситуационных задач
УК – 5	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
		Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
			Решение ситуационных задач

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерные тестовые задания

1. Первым понятие «паблик рилейшнз» использовал:

Айви Ли

2. В какой из сфер общественной жизни был впервые употреблен термин «паблик рилейшнз»:
экономической

3. Какая из приведенных характеристик в наибольшей степени соответствует сущности «паблик рилейшнз»:

а) искусство обмана и дезинформации;

б) способ компрометации оппонента;

в) установление и поддержание двусторонних отношений между организацией и общественностью;

4. Какая из перечисленных ниже моделей не связана с использованием манипулятивных коммуникационных технологий:

а) модель одностороннего информирования;

б) двусторонняя ассиметричная модель;

в) двусторонняя симметричная модель.

5. Назовите наиболее эффективную модель PR-коммуникации:

а) одностороннее информирование без обратных связей;

б) модель одностороннего информирования через СМИ;

в) двусторонняя симметричная модель.

6. Какой психологической парадигме общения соответствует двусторонняя симметричная модель PR-коммуникации:

а) объект – объектной;

б) субъект – субъектной;

- в) объект – субъектной;
- г) субъект – объектной.

7. Какой из перечисленных видов деятельности входит в задачи спин-доктора:

- а) корректировка информации под нужным углом зрения;**
- б) компрометация оппонента;
- в) распространение слухов;
- г) отстаивание этнических принципов PR.

8. «Черный PR» - это:

- а) искусство тонких намеков;
- б) скандальная неполитическая слава политиков;
- в) намеренная компрометация противника с использованием дезинформации;**
- г) создание информационного повода отвлекающего характера.

9. Распространение слухов и сплетен, порочащих репутацию политического оппонента, является жанром:

- а) «белого» PR;
- б) «черного» PR;**
- в) «серого» PR;
- г) «желтого» PR.

10. Определите критерий политической рекламы, соответствующий предложенным в информационном материале определениям:

платность

11. В психологическом плане политическая реклама – это сообщение, обладающее собственной структурой, включающей в себя несколько компонентов (когнитивный, аффективный, регулятивный, коммуникативный). Какой из компонентов не входит в психологическую структуру политической рекламы?

Регулятивный

12. Определите, кто из перечисленных ниже специалистов предложил функциональную классификацию видов политической рекламы:

- а) Ф. Коттлер;
- б) Л. Девлин;
- в) А. Дейян;**
- г) Е. Егорова-Гантман.

13. Какая из перечисленных ниже форм может быть отнесена к косвенной политической рекламе:

- а) листовки;
- б) рекламные ролики в электронных СМИ;
- в) акции благотворительного характера, осуществляемые кандидатом или от его имени;**
- г) именные письменные обращения (direct-mail).

14. Определите среди перечисленного ниже жанр печатной политической рекламы:

- а) «замещенное выступление»;
- б) листовка;**
- в) спот;
- г) политический комментарий.

15. Какой из видов телевизионной политической рекламы не может быть отнесен к жанру «замещенного выступления»:

видеоклип

16. Стратегия активного и энергичного начала избирательной кампании задолго до выборов получила название:

- а) стратегии быстрого финала;
- б) крейсерской стратегии;**
- в) стратегии рывка;

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Политический PR и социально-политическая модернизация обществ.
2. История эволюции политического PR в ключевых странах Запада.
3. Функции PR в политической системе.
4. Политический PR в условиях демократии, автократии, гибридного режима.
5. Политический PR как механизм коммуникации между политическими игроками.
6. Политическая борьба как борьба за принятие стратегических решений.
7. Востребованность коммуникативного обеспечения принятия стратегических решений.
8. Сокращение издержек на социально-политическую коммуникацию при применении особых коммуникативных технологий, включая PR.
9. Отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики.
10. PR в публичной и непубличной политической борьбе: общее и особенное.
11. Политический PR в условиях медиакратизации политических процессов.
12. Влияние контекста политической культуры на особенности политического PR как инструмента политики в различных обществах.
13. Манипулятивные и консоциативные методы продвижения коммуникативных сообщений в политическом PR.
14. Пиаровские методы поднятия легитимности властных структур и негосударственных общественно-политических игроков.

15. Роль медиаканалов в политическом PR. Особенности коммуникаций с участием качественных печатных медиа и деловых телеканалов.
16. Особенности коммуникации через популярные массовые медиа, их отличия от качественных СМИ.
17. Дифференциация уровня интернет-СМИ, особая роль электронных социальных сетей.
18. Работа через механизм интервью.
19. Sleaze и spin в современной истории политического PR.
20. Совокупность политических интересов бизнеса: регулирование, налоги, поддержание общих правил игры.
21. Значимость политических решений по эксплуатации принципов экономической свободы или протекционизма, по экологическому регулированию, по миграции и/или международной интеграции.
22. Финансирование крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний на уровне депутатов различных ассамблей, экспертов и журналистов.
23. Особенности политического PR в бизнес-процессах стран континентальной Европы. Политический PR и тенденции к корпоративизации социально-экономических и политических систем ряда государств континентальной Европы.
24. Политический PR в эпоху политической трансформации после окончания «холодной войны».
25. Появление новых профессий коммуникативного характера. Создание PR-ассоциаций, появление корпоративных правил в работе специалистов по политическому PR.
26. Новые социальные науки и методы экспертизы во взаимодействии с политическим PR в новых независимых государствах.
27. Черты современной партийной политики и востребованность PR-инноваций.
28. Политический PR в межпартийной и внутрипартийной конкуренции, в конфликтах на уровне фракций.
29. Политический PR на площадках Совета Европы, ПА ОБСЕ, ПА НАТО, ПА ОДКБ, Европарламента.
30. История пропаганды в Европе XX века.
31. История политического PR и пропаганды в США, соотношение экономического и политического PR.
32. Пропаганда в СССР.
33. Современное состояние политического PR в России, использование элементов пропаганды в борьбе за достижение политических целей.
34. История возникновения и развития политического GR, его пересечение с политическим PR, общее и отличное.

Образец экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет)
Уральский филиал

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

20_/20_ учебный год

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Реклама и связи с общественностью»

Курс ____

Экзаменационный билет № 1
по дисциплине «**Политический PR**»

1. **Теоретический вопрос.** Функции PR в политической системе (15 б)

2. **Теоретический вопрос.** История возникновения и развития политического GR, его пересечение с политическим PR, общее и отличное (15 б)

3. **Практико-ориентированное задание**

Составьте новостное сообщение о событии избирательной кампании для размещения в сети Интернет. Как Вы будете собирать отклики группы в социальной сети на данное сообщение? Составьте рекомендации PR-агентству по оптимизации продвижения сообщения в социальных сетях. (30 б)

Утвержден на заседании кафедры «Экономика, финансы и управление»

Протокол №__от _____201_г.

Зав.кафедрой

Т.В. Максимова

7.4 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

1. Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

2. Приказ от 01.12.2017 № 2132/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

3. Приказ от 10.10.2018 № 1873/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

4. Приказ от 13.11.2013 № 1897/о «Об утверждении Регламента подготовки и проведения экзаменов в Финуниверситете».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. — М.: Юридическая литература, 2021.

Основная литература

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 267 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/454152>

2. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 163 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/474520>

3. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 164 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/451673>

Дополнительная литература

1. Ланкин, Е. Как выиграть выборы без административного ресурса: Учебное пособие / Е. Ланкин - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 285 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=913205> – Текст: электронный
2. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 238 с. - (Специалисты, бакалавры, магистры). - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1068911>. — Текст: электронный
3. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/450085>
4. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник / А.Н. Чумиков, М.П.Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 343 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1059463> — Текст: электронный

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
<http://elib.fa.ru/>

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Национальная электронная библиотека <http://нэб.пф/>
9. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины предполагает сочетание аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и семинарских занятий.

Проведение лекционных занятий осуществляется в соответствии с тематическим планом, предусмотренным рабочей программой по дисциплине. Курс лекций сопровождается наглядной презентацией в программе PowerPoint, включающей базовые понятия, практические примеры, схемы, графики, табличный материал.

При подготовке к семинарским занятиям студентам следует:

- до очередного практического занятия по материалам лекции и рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей теме занятия;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе.

Семинарские занятия предполагают:

- обсуждение в интерактивной форме вопросов занятия (дискуссия, круглый стол и пр.);
- подготовку докладов, выступление и участие в групповом обсуждении студенческих презентаций, выполненных на определенную тему в рамках самостоятельной работы;
- решение практико-ориентированных, ситуационных, тестовых, исследовательских заданий на применение различных подходов и методов.

Для эффективного участия в работе семинарского занятия студентам рекомендуется пользоваться периодической литературой, электронными библиотечными системами, аналитическими информационными системами, а также информацией интернет-сайтов, приведенных в соответствующем

разделе.

Методические указания для обучающихся по обсуждению ситуационных задач:

- преподаватель самостоятельно делит группы на несколько подгрупп;
- студентам дается время на изучение кейса;
- обсуждение вопросов кейса в группе и выработка альтернативных решений;
- каждая группа предлагает свои альтернативные решения обозначенных в кейсе проблем;
- обсуждение вариантов решений всеми студентами из предложенных и выработка единого решения с аргументацией;
- совместно с преподавателем, который выступает в роли модератора - подводятся итоги и отмечаются положительные и отрицательные стороны.

Методические рекомендации по подготовке к промежуточной аттестации (экзамену)

Экзамен занимает важное место в учебном процессе, поскольку позволяют определить степень достижения учебных целей по дисциплине, способствуют систематизации и обобщению знаний, формированию умений и навыков и их применению в практической деятельности. Экзамен проводится в письменной форме и включают теоретический вопрос, практико-ориентированное задание. Изложение материалов по теоретическим вопросам должно быть самостоятельным, точным и логичным. Содержание ответа должно в полной мере отражать поставленный вопрос, нецелесообразно загружать ответ текстом, который не имеет прямого отношения к заданному вопросу.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://www.finofficer.ru/Information/wwwfinance.htm> (Интернет-ресурсы по финансам и финансовому менеджменту)
2. <http://www.kremlin.ru/> (Интернет-ресурсы президента России)
3. www.cfin.ru - Корпоративный менеджмент
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс www.consultant.ru.

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются.

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

Филиал обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения с Подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- 1) Антивирусная защита ESETNOD32
- 2) Windows, MicrosoftOffice
- 3) Аналитическая платформа Loginom