

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

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакommunikации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«16» июня 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«20» июня 2023 г.

Автор: И.В. Шустина

ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.05 «Медиакоммуникации»,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 2 от 20.06.2023)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакommunikации»
(протокол № 10 от 16.06.2023)*

Ярославль 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	4
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	11
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	11
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	12
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	15
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	16
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	19
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	19
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	20
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	21
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	21

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.3. Политический PR

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Политический PR» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенция-ми/индикаторами достижения компетенции
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	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<i>Знает:</i> основные способы и приемы работы с актуальной политической информацией, экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона. <i>Умеет:</i> применять технологии работы в медиакоммуникационных системах
		2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<i>Знает:</i> особенности влияния различных формальных и неформальных социальных институтов на медиасистему. <i>Умеет:</i> участвовать в организации профессиональной деятельности во взаимосвязи с трансформацией системы коммуникаций на разных уровнях с учетом экономических, правовых и этнических факторов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	<i>Знает:</i> социально приемлемые способы и приемы обобщения и систематизации политической информации, постановки цели, методов достижения целей <i>Умеет:</i> критически анализировать политическую информацию, ставить цели профессиональной деятельности, выбирать оптимальные пути и методы их достижения
		2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации	<i>Знает:</i> особенности регулирования профессиональной деятельности с помощью законов и профессионально этических кодексов <i>Умеет:</i> критически анализировать политическую информацию и учитывать требования этических кодексов при постановке целей профессиональной деятельности, выбора оптимальных путей и методов их достижения

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политический PR» является дисциплиной модуля «Управление внешними коммуникациями» цикла профиля (элективный) части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии», заочная форма обучения.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 7 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	53.е./180 ч.	180
Контактная работа – Аудиторные занятия	16	16
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Семинары, практические занятия</i>	12	12
Самостоятельная работа	164	164
Вид текущего контроля		Контрольная работа, домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации		зачет

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. 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 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 Джиар

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

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№	Наименование тем	Трудоемкость в часах	Формы те-
---	------------------	----------------------	-----------

п/п	(разделов) дисциплины	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	кущего контроля успеваемости
			Общая	Лекции	Семинары и практические занятия	Занятия в интерактивных формах		
1	Тема 1. Политический PR в системе социально-политической коммуникации	23	2	1	1	1	21	Опрос, выполнение заданий
2	Тема 2. Политический PR как инструмент политической борьбы	23	2	1	1	1	21	Опрос, выполнение заданий
3	Тема 3. Каналы связи в политическом PR.	23	2	1	1	1	21	Опрос, выполнение заданий
4	Тема 4. Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	23	2	1	1	1	21	Опрос, выполнение заданий
5	Тема 5. Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации	22	2		2	1	20	Опрос, выполнение заданий
6	Тема 6. Политический PR и современная партийная политика	22	2		2	1	20	Опрос, выполнение заданий
7	Тема 7. Политический PR и пропаганда: совпадения и различия	22	2		2	1	20	Опрос, выполнение заданий
8	Тема 8. Политический PR и политический Джиар	22	2		2	1	20	Опрос, выполнение заданий
		180	16	4	12	8	164	
	Итого в %		100			50		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Политический PR в системе социально-политической коммуникации	Вопросы к практическому занятию 1. Какие существуют теоретические подходы к интерпретации сути политического PR? 2. Каковы функции PR в политической системе? 3. В чем специфика политического PR в условиях демократии, автократии, гибридного режима?	Опрос, выполнение заданий, написание реферата

	4. Как связаны политический PR и проблема олигархии? 5. В чем специфика политического PR как механизма коммуникации между политическими игроками? 6. Каковы взгляды теоретиков полиархии и неомарксистов на современные формы связей с общественностью в политической сфере? 7. Как связан политический PR и социально-политическая модернизация общества? 8. Как развивался политический PR в ключевых странах Запада? 9. Какова роль дебатов о политическом PR в контексте проблем постмодернизма как этапа развития ключевых государств Запада? 10. В чем суть проблемы глобализации и переноса западного опыта политического PR на не-западную почву? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 2. Политический PR как инструмент политической борьбы	Вопросы к практическому занятию 1. В чем специфика политической борьбы как борьбы за принятие стратегических решений? 2. В чем проявляется востребованность коммуникативного обеспечения принятия стратегических решений? 3. За счет чего возможно сокращение издержек на социально-политическую коммуникацию при применении особых коммуникативных технологий, включая PR? 4. В чем отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики. PR в публичной и непубличной политической борьбе: общее и особенное? 5. В чем особенность политического PR в условиях медиакратизации политических процессов? 6. Какое влияние оказывает контекста политической культуры на особенности политического PR? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Каналы связи в политическом PR.	Вопросы к практическому занятию 1. Какие манипулятивные и консоциативные методы продвижения коммуникативных сообщений существуют в политическом PR? 2. Какие пиаровские методы поднятия легитимности властных структур и негосударственных общественно-политических игроков существуют? 3. В чем заключается неинституциональный подход к анализу транзакционных издержек при организации различных форм PR-процессов? 4. Какова роль медиаканалов в политическом PR? 5. В чем заключаются особенности коммуникаций с участием качественных печатных медиа и деловых телеканалов? 6. Какие существуют ключевые деловые телеканалы, участвующие в конкуренции на уровне global English. 7. Каковы особенности коммуникации через популярные массовые медиа, их отличия от качественных СМИ? 8. В чем заключается дифференциация уровня	Опрос, выполнение заданий, написание реферата

	интернет-СМИ, особая роль электронных социальных сетей? 9. Как работает механизм интервью. Sleaze и spin в современной истории политического PR? 10. Как ведется работа с политическими брендами? 11. Как осуществляется эксплуатация ресурсов экспертного сообщества и публичных интеллектуалов в создании востребованного политического имиджа? 12. Каковы основные черты развития политического PR в США.? 13. В чем суть дискуссии о политическом PR в современных стратегиях британской политической коммуникации («модные тренды»)? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 4. Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	Вопросы к практическому занятию 1. Как реализуется совокупность политических интересов бизнеса: регулирование, налоги, поддержание общих правил игры? 2. В чем значимость политических решений по эксплуатации принципов экономической свободы или протекционизма? 3. В чем значимость политических решений по экологическому регулированию? 4. В чем значимость политических решений по миграции и/или международной интеграции? 5. Как осуществляется финансирование крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний на уровне депутатов различных ассамблей, экспертов и журналистов? 6. В чем особенности политического PR в бизнес-процессах стран континентальной Европы.? 7. Как связана политический PR и тенденции к корпоративизации социально-экономических и политических систем ряда государств континентальной Европы? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 5. Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации	Вопросы к практическому занятию 1. Как реализовывался политический PR в эпоху политической трансформации после окончания «холодной войны»? 2. Какова роль политического PR в работе ключевых аналитических центров: восточноевропейский и российский опыт? 3. Как происходило появление новых профессий коммуникативного характера? 4. Как происходило создание PR-ассоциаций, появление корпоративных правил в работе специалистов по политическому PR? 5. С чем связан резкий рост значимости публичных политических коммуникаций? 6. Чем обусловлен рост значимости непубличных политических коммуникаций на поздней стадии политической трансформации ряда государств? 7. Какое место занимает политический PR на службе новых элит и преобразованных групп интересов?	Опрос, выполнение заданий, написание реферата

	8. Какие существуют новые социальные науки и методы экспертизы во взаимодействии с политическим PR в новых независимых государствах? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 6. Политический PR и современная партийная политика	Вопросы к практическому занятию 1. Каковы черты современной партийной политики и востребованность PR-инноваций? 2. Какие существуют артельные партии (Р. Катц, П. Майр), электорально-профессиональные партии (Панебианко) на современном этапе? 3. В чем состоит медиатизация партийной политики? 4. Как связаны политический PR и особенности институционализации партийных систем в постсоветских государствах? 5. Какую роль играет политический PR в межпартийной и внутрипартийной конкуренции, в конфликтах на уровне фракций? 6. В чем специфика политического PR в условиях дискуссий о современном парламентаризме и электоральных реформах? 7. В чем особенность политических коммуникаций с участием партий на международном уровне? 8. Какова связь политического PR и феномена ограниченной публичной политической конкуренции в ряде постсоветских стран? 9. В чем особенность политического PR на площадках Совета Европы, ПА ОБСЕ, ПА НАТО, ПА ОДКБ, Европарламента? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 7. Политический PR и пропаганда: совпадения и различия	Вопросы к практическому занятию 1. Какова история пропаганды в Европе XX века? 2. В чем специфика континентальной Европы 30-х годов? 3. В чем особенность пропаганды в годы мировых войн (Бернейс Э., Липпман У.)? 4. Какова история политического PR и пропаганды в США? 5. Каково соотношение экономического и политического PR? 6. Как осуществлялась пропаганда в СССР? 7. Как велась пропаганда в период Перестройки, в постсоветской России 1990-х годов? 8. Как проходил переход от пропаганды к политическому PR? 9. Каково современное состояние политического PR в России? 10. Как используются элементы пропаганды в борьбе за достижение политических целей? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий, написание реферата
Тема 8. Политический PR и политический Джиар	Вопросы к практическому занятию 1. Какова история возникновения и развития политического Джиар, его пересечение с политическим PR, общее и отличное?	Опрос, выполнение заданий

	2. В чем суть Revolving door («вращающаяся дверь») - 3. популярного в европейском лоббировании 4. явления? 5. Почему бывшие чиновники после ухода с государственной службы поступают на работу в лоббистские фирмы? 6. Что включает в себя Influence peddling? 7. Почему в современном мире актуально использование 8. высокого положения, репутационного 9. капитала в лоббистских и GR целях? 10. Какова связь крупных компаний и бизнесменов с органами 11. государственной власти? 12. Для чего нужно создание благоприятного образа компании и политика средствами политического PR? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	
--	--	--

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

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

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- выполнение контрольной работы;
- выполнение домашнего творческого задания;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы 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.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.

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.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
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.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
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	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
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.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
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 кейс на тему.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу.
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.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям
Тема 8. Политический PR и политический Джиар	Политический PR и политический Джиар, есть ли различия и в чем они. Что происходит сегодня в информационном пространстве России, насколько совпадают политический PR и Джиар.? Подготовьте кейсы на тему	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям

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

Перечень тем контрольной работы

1. Тренды в развитии политических пиар-коммуникаций на фоне эволюции политических идеологий в странах Запада начала XXI века.
2. Коммуникативные стратегии в работе среднеазиатских политических партий.
3. Коммуникативные стратегии в работе прибалтийских политических партий.
4. Коммуникативные стратегии пришедших в публичную политику предпринимателей»: американский опыт.

5. Коммуникативные стратегии пришедших в публичную политику предпринимателей»: европейский опыт.
6. Коммуникативные стратегии пришедших в публичную политику предпринимателей»: российский опыт.
7. Коммуникативные стратегии в работе с медиа этнических меньшинств в Канаде.
8. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Германии.
9. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Франции.
10. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Италии.
11. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Швеции.
12. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Норвегии.
13. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Великобритании.
14. PR-контекст ключевых политических конфликтов и разделительных линий во внутренней политике Испании.
15. PR-сопровождение работы депутатов Европарламента.

Примерная тематика домашнего творческого задания

1. PR-сопровождение предвыборной кампании в регионе России (регион по выбору студента).
2. Политический PR на муниципальных выборах на примере крупного российского города (город по выбору студента).
3. Использование политического PR экологическими движениями в современном мире.
4. Использование политического PR для поддержки мирных переговоров: опыт военных конфликтов последних десятилетий и попыток их разрешения.
5. Использование политического PR легитимистскими структурами и политиками.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (выполнение контрольной работы, домашнего творческого задания, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам экзамена) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Участие в дебатах – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Выполнение заданий – 5 баллов Подготовка реферата – 5 баллов Выполнение творческого задания - 5 баллов
Активность при проведении вне-аудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Подготовка к участию в дебатах – 5 баллов Сбор материалов по темам – 5 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

а. решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

б. выполнение домашних творческих заданий и обсуждение результатов; подготовка реферата.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на экзамене и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых

проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на экзамене оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

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

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием ин-

дикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

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

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. PR-обеспечение политики стран Запада на уровне ключевых международных институтов и организаций.
2. PR-обеспечение для политики экономических и персональных санкций.
3. PR-обеспечение современной внешней политики России.
4. PR-обеспечение антимонопольной политики в России.
5. Применение политической психологии для политического PR.
6. Специфика связей с общественностью в условиях демократии или демократического элитизма: «оптимистические» трактовки.
7. Специфика связей с общественностью в условиях роста политической значимости электронных социальных сетей.
8. Политическая коммуникация в политических режимах с ограниченной публичной политической конкуренцией.
9. Связи с общественностью в работе Администрации Президента РФ.
10. Связи с общественностью в работе Председателя Правительства РФ и его основных заместителей.
11. Связи с общественностью в работе МИД РФ.
12. Связи с общественностью в работе Госдумы РФ.
13. Связи с общественностью в работе Совета Федерации РФ.
14. Функции PR в политической сфере.
15. Особенности профессиональной работы политического PR-менеджера.
16. Развитие политического PR в США.
17. Развитие политического PR в постсоветской России.
18. Политический PR в региональных компаниях: российский опыт.
19. Взаимосвязь исторических «войн памяти» с политическим PR.
20. Особенности правового обеспечения политического PR в России.
21. Основные игроки на рынке политического PR в современной России.
22. Основные каналы связи в политическом PR: технологические аспекты.
23. Влияние тенденций в развитии современного гуманитарного знания на политический PR.
24. Основные коммуникационные тактики в политическом PR.
25. Формирование политического имиджа: методы и подходы.
26. Пропаганда в СССР.
27. Пропаганда в США.

28. Политический PR и пропаганда в годы Мировых войн.
29. Политический PR в постсоветской России. Основные этапы и характеристики.
30. Политический PR в постсоветской России. Левый политический спектр.
31. Политический PR в постсоветской России. Правый политический спектр.
32. Политический PR в постсоветской России. Центристы.

Примеры заданий

Задание 1.

Предложите и обоснуйте выбор экспертов для PR-кампании в поддержку возвращения А. Кудрина в высшие эшелоны государственной власти РФ.

Задание 2.

Проведите экспресс SWOT-анализ для партии «Патриоты России» и проинтерпретируйте результаты данного анализа в потенциальной PR-кампании.

Задание 3

Охарактеризуйте основные прошедшие PR-кампании в рамках президентских выборов в США 2020 года.

Задание 4.

Охарактеризуйте специфику применяемого российскими демократическими партиями политического PR. (Яблоко, СПС и т д)

Задание 5

Проведите экспресс – SWOT-анализ для партии Справедливая Россия и проинтерпретируйте результаты данного анализа в потенциальной PR - кампании

Пример билета на зачет

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

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дисциплина «Политический PR»

Филиал Ярославский

Форма обучения Заочная

Семестр 7 Направление 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Связи с общественностью в работе Председателя Правительства РФ и его основных заместителей..	15
2	Политический PR в постсоветской России. Центристы	15
3	Охарактеризуйте специфику применяемого российскими демократическими партиями политического PR. (Яблоко, СПС и т д)	30

Подготовил

Шустина И.В.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Проскурнова К.Ю.

«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
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	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях 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. 2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Задание 1 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.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Задание 1. Проанализируйте официальные заявления лидера США о Президенте РФ. Как эти заявления могут повлиять на политическую ситуацию в США? В мире? 2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации Задание 1 Предложите и обоснуйте выбор экспертов для PR-кампании в поддержку возвращения А. Кудрина в высшие эшелоны государственной власти РФ.

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

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» и локальные акты филиала по данному вопросу, размещенные по ссылке: <http://www.fa.ru/fil/yaroslavl/about/base/Pages/oup.aspx>

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

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. 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. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/474520>
2. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 319 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450323>
3. Евгеньева, Т.В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. — 2-е изд.,

испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 258 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454078>

б) дополнительная литература

4. Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева, С.Б. Елина, Ю.Г. Жеглова [и др.]; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 366 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432100>

5. 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. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1068911>

6. Костяев, С.С. Федеральное законодательство США о лоббизме = U.S. Federal lobbying legislation: Монография / С.С. Костяев; Финуниверситет, Каф. прикладной политологии. — Москва: Финуниверситет, 2015. — 188 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://elib.fa.ru/fbook/kostjaev.pdf>.

7. Ланкин, Е. Как выиграть выборы без административного ресурса: Учебное пособие / Е. Ланкин - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 285 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=913205>

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 ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Шустина И.В. Методические рекомендации по выполнению реферата по дисциплине «Политический PR» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	2023	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR

Шустина И.В. Методические рекомендации по выполнению домашнего творческого задания по дисциплине «Политический PR» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	2023	
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		http://www.fa.ru/univer/DocLib/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%8B%20%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82%D0%B0/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B7%20%E2%84%96%201040_%D0%BE%20%D0%BE%D1%82%2011.05.2021.PDF

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. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс».	Темы 2-8

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультиме-

дийным оборудованием классов.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.