

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт истории, международных отношений и социально-политических наук

Кафедра политических наук и регионалистики



УТВЕРЖДАЮ

Директор института

С.А. Дитковская

2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Политический PR и коммуникативистика»

По направлению подготовки	41.04.01 Зарубежное регионоведение
Программа магистратуры	Политические проблемы глобального и регионального развития (со знанием иностранных языков)
Квалификация выпускника	магистр
Форма обучения	очная, очно-заочная
Курс	1

Луганск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Политический PR и коммуникативистика» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 41.04.01 Зарубежное регионоведение, программа магистратуры Политические проблемы глобального и регионального развития (со знанием иностранных языков) очной, очно-заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 41.04.01 Зарубежное регионоведение, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 июля 2017 г. N 648 (с изменениями и дополнениями). Изменения и дополнения от: 08.02.2021 г

СОСТАВИТЕЛЬ:

к.ист.н., доцент кафедры политических наук и регионалистики ФГБОУ ВО «ЛГПУ» Ладыга Л.И.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры политических наук и регионалистики «01» декабря 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой
политических наук и регионалистики  О.Г. Михайловская


ОДОБРЕНА на заседании учебно-методической комиссии Института истории, международных отношений и социально-политических наук
«11» декабря 2023 г., протокол № 4

Председатель
учебно-методической комиссии
ИИМОСПН

 И.П. Акиншева

СОГЛАСОВАНА:

Директор Департамента образования

 В.В. Савенков

1. Структура и содержание дисциплины

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

Целью изучения дисциплины является подготовка студентов в области политического PR и политической коммуникативистики как одного из важных слагаемых современной политической науки и важнейшей составляющей коммуникационной деятельности, выработать практические навыки PR-деятельности применительно к современному обществу.

Задачи:

- рассмотреть социально-экономическую сущность, принципы, функции PR;
- выявить место и роль PR и политической коммуникативистики в рыночных условиях, его особенности;
- изучить особенности разработки PR стратегий для обеспечения конкурентных преимуществ для бизнеса, власти и общества;
- научить их использовать основные инструменты PR и политической коммуникативистики для реализации целей компании;
- исследовать проблемы и перспективы выбора рациональных форм PR-деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП.

Дисциплина «Политический PR и политическая коммуникативистика» входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений, Блока 1 Дисциплины учебного плана по направлению 41.04.01 Зарубежное регионоведение, программа магистратуры «Политические проблемы глобального и регионального развития (со знанием иностранных языков)». Индекс дисциплины Б1.В.05.

Дисциплина реализуется кафедрой политических наук и регионалистики.

Основывается на базе дисциплин: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Межнациональные отношения в региональной политике».

Является основой для изучения следующих дисциплин: ««Мягкая сила» в политике современных государств», «Территориальный брендинг», «Технологии подготовки информационно-аналитических материалов о регионе».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
ОПК-5. Способен	ОПК-5.1. Самостоятельно	Знает: структуру, специфику и

<p>выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента</p>	<p>готовит профессионально-ориентированные тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (статья, аналитическая справка, информационно-аналитическая записка, рецензия, программный документ, аннотация, тезисы к докладу, пресс-релиз и пр.).</p> <p>ОПК-5.2. Оценивает целевую аудиторию и редакционную политику печатных, аудиовизуальных и Интернет, СМИ.</p> <p>ОПК-5.3. Формирует и продвигает требуемый образ политических явлений и процессов посредством серии публикаций различного жанра в различных типах СМИ.</p>	<p>основные социально-политические функции массовой коммуникации; основные целевые аудитории различных средств массовой информации; профессиональные и этические требования, предъявляемые к публикациям в средствах массовой информации.</p> <p>Умеет: руководствоваться основами функционирования средств массовой информации для планирования публикационной активности в соответствии со сферой профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет: навыками определения и реализации стратегии действий для продвижения публикаций в сфере профессиональной деятельности с учетом каналов и сетей распространения информации, интересов целевой аудитории, иных условий и факторов, влияющих на восприятие информации</p>
<p>ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p>	<p>ОПК-7.1. Выстраивает стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории.</p> <p>ОПК-7.2. Выстраивает убедительную аргументацию для достижения целей представления результатов профессиональной деятельности.</p> <p>ОПК-7.3. Подбирает информационно-коммуникативные технологии и каналы распространения информации.</p>	<p>Знает: основные принципы представления результатов профессиональной деятельности в устной и письменной формах; основы оформления публикаций в соответствии с требованиями действующих международных и государственных стандартов; профессиональные и этические требования, предъявляемые к результатам деятельности в соответствующей сфере.</p> <p>Умеет: использовать основы представления и оформления результатов профессиональной деятельности для презентации итогов работы в соответствующей социокультурной среде.</p> <p>Владеет: навыками определения и реализации стратегии представления различных результатов профессиональной деятельности</p>

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Очно-заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов) в том числе:	36	18
Лекции	16	6
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	20	12
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	27	9
Самостоятельная работа студента (всего часов)	45	81
Форма аттестация	Экзамен	Экзамен

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические и концептуальные основы политического PR и коммуникативистики

Тема 1. Понятие PR и их место в современном обществе. Понятие связей с общественностью. Возникновение и развитие PR. PR и политика. PR и шоу-бизнес. PR и информационные технологии. Исторические этапы возникновения и развития коммуникаций, тенденции эволюции. Основные вехи развития феномена массовых коммуникаций. Информационное и пост-информационное общество. Основные этапы развития технологии управления.

Тема 2. Формирование общественного мнения. Основные функции (цели и задачи PR): известность и узнаваемость, информирование и разъяснительная работа, формирование позитивного и привлекательного киимиджа, управление репутацией, мониторинг и изучение общественного мнения, формирование общественного мнения... PR и пропаганда. «Черный пиар» и негативные PR-технологии. Негативные технологии PR: роль, значение, возможности. Четыре модели PR: манипулятивная, информационная, разъяснительная, ответственное социальное партнерство.

Раздел 2. PR-технологии в политических процессах

Тема 3. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Этика и профессиональные стандарты в СО. Правовое обеспечение связей с общественностью. Законы и нормативные

акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность. Законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.

Тема 4. Формы подачи информационных материалов. Подготовка материалов для СМИ: от «информационного повода» до паблисити. Создание и усиление новостей, различные новостные составляющие одного события. Общественная значимость новости. Новость и комментарии. Жанровые особенности PR-материалов для различных СМИ. Роль фотоиллюстрации в PR. Интернет и PR. Мониторинговый характер новостей и разбивка на части.

Утечка информации «в потоке новостей». Мониторинг публикаций в прессе. Электронное досье.

Тема 5. PR и отношения с государством. Деятельность PR во властных структурах. Координация деятельности служб PR. Работа PR структур с центральными и местными СМИ. Лоббирование интересов экономических субъектов во властных органах всех уровней. Роль служб PR в решении этих проблем. Работа с инвесторами с учетом возможных рисков. Значение работы с инвесторами. Деятельность службы связей с общественностью в финансовой сфере. Организация программы отношений с инвесторами. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ. Инструменты финансовых коммуникаций корпораций: годовой отчет, годовое собрание акционеров, специализированные средства финансовых коммуникаций. Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.

Тема 6. Работа со СМИ. Принципы отношений с журналистским корпусом. Виды СМИ: пресса, электронные СМИ (радио, ТВ, информационные агентства, интернет). Типы СМИ. Их специфика и возможности для целей PR. Средства МК и государственная власть: модели взаимодействия и реальная практика. СМК как «четвертая власть». Манипулятивный потенциал СМК. Форматы распространения информации: новости и слухи. Выбор СМИ для сотрудничества. Разработка медиа-карты. Фоновая информация. Виды пресс-релизов и требования к их оформлению. Требования к подготовке и проведению пресс-конференции: время проведения, сценарий проведения, регистрация, ведение, раздаточные материалы, наглядные материалы, угощение. Посещение объектов и экскурсии. Приглашения журналистов на внутрифирменные мероприятия. Работа со СМИ в чрезвычайной (кризисной, скандальной) ситуации. Новостной менеджмент.

Тема 7. Работа с органами власти. Политика и лоббизм. Лоббирование и защита интересов фирмы. Участие в формировании и деятельности органов власти. Подготовка проектов законов и решений. Работа с электоратом. Информационное обеспечение органов власти. Организация общения представителей власти и делового мира. Союзы и объединения малого и среднего бизнеса. Статус лоббистской организации. Цивилизованное лобби и коррупция. Лобби и политическая демократия.

Тема 8. Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR. Отличия спонсорства, патронажа и благотворительности, их правовое оформление. Роль и потенциальные выгоды спонсирования. Виды деятельности, предпочитаемые для спонсорской поддержки, а также для благотворительности, причины предпочтений. Требования к договору о спонсорской поддержке.

Тема 9. Брендинг как коммуникативная технология. Бренд, имидж и репутация. Бренд как имиджево-репутационная составляющая рыночной стоимости зарегистрированной торговой марки и как мессидж идентичности потребителя. Брендинг: разделение и взаимодополнение функций рекламы и PR в брендинге. Репутационный менеджмент. Бренд-интеграция менеджмента и бизнеса. Бренд-интегрированный менеджмент и работа с персоналом.

Тема 10. Управление развитием PR. Оценка эффективности PR-деятельности. Специализированные услуги агентств, бюро и т.п. в области PR. Преимущества обращения к услугам профессионалов и возможные проблемы и трудности. Организация PR-работы на фирме. Создание специальной службы и возможная координация работы других служб. Первые лица как организаторы PR. Планирование PR-деятельности, ее финансирование.

Требования к PR-компетентности и подготовке PR-специалистов. Комплекс личностных и деловых качеств организаторов PR. Составляющие элементы коммуникационной компетентности.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1.	Понятие PR и их место в современном обществе	2	2
2.	Формирование общественного мнения	2	2
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	2	-
4.	Формы подачи информационных материалов	2	2
5.	PR и отношения с государством	2	-
6.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	2	
7.	Работа с органами власти	2	
8.	Социальное партнерство, спонсорство, патронаж,	2	

	благотворительность как средства PR		
Итого:		16	6

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1.	Понятие PR и их место в современном обществе	2	-
2.	Формирование общественного мнения	2	-
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	2	-
4.	Формы подачи информационных материалов	4	2
5.	PR и отношения с государством	4	2
6.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	2	-
7.	Работа с органами власти	4	2
8.	Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR	2	2
9.	Брендинг как коммуникативная технология	2	2
10.	Оценка эффективности PR-деятельности.	2	2
Итого:		20	12

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

4.6. Самостоятельная работа студентов

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов является обучение навыкам работы с учебной и научно-теоретической литературой, которые необходимы для изучения курса «Политический PR и коммуникативистика», а также развития у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Основными ее формами являются:

- подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала, нормативной, основной, дополнительной литературы);
- работа над вопросами, выносимыми на самостоятельное изучение;
- выполнение во внеучебное время заданий различного уровня сложности на базе работы с основной и дополнительной литературой;
- подготовка к зачету;
- участие в научных студенческих конференциях.

Возможные формы самостоятельной работы указаны в таблице.

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов
----------	------------------	---------	-------------

			Очная форма	Очно- заочная форма
1.	Понятие PR и их место в современном обществе	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию	4	8
2.	Формирование общественного мнения	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию.	5	9
3.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию, решение задач	4	8
4.	Формы подачи информационных материалов	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию	4	8
5.	PR и отношения с государством	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию	5	8
6.	Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью.	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию, решение задач	5	8
7.	Работа с органами власти	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию, составление схем	4	8
8.	Социальное партнерство, спонсорство, патронаж, благотворительность как средства PR	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию	5	8
9.	Брендинг как коммуникативная технология	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию	5	8
10.	Оценка эффективности PR-деятельности.	Работа с основной и дополнительной литературой, подготовка к практическому занятию	4	8
Итого:			45	81

4.7. Курсовые работы – не предусмотрены учебным планом.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины «Политический PR и политическая коммуникативистика» используется весь комплекс научно-исследовательских и педагогических методов и технологий для выполнения различных видов работ. В период прохождения дисциплины обучающиеся используют общенаучные и специальные методы научных исследований, современные методики и инновационные технологии. Курс предполагает просмотр видеоматериалов, в связи с этим используется ПК, проекционная аппаратура, обучающимися осуществляется поиск материалов в сети Интернет. Для подготовки и осуществления работы обучающиеся используют широкий арсенал программных продуктов, в т.ч. Adobe Illustrator, Power Point и другое специальное программное обеспечение.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется целью дисциплины, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины и составляет 4 часа.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины используются следующие традиционные и инновационные методы обучения:

1. **Информационно-развивающие технологии.** Изучение теоретического материала на лекциях с использованием компьютерных технологий. Самостоятельное изучение специальной учебной и научной литературы, включая электронные средства информации.

2. **Развивающие проблемно-ориентированные технологии.** Работа на практических занятиях с активизацией мыслительной активности, способности видеть проблему и выбирать способы ее разрешения (общая дискуссия, работа в команде и индивидуальная деятельность).

3. **Личностно-ориентированные технологии обучения.** Учет уровня способностей обучаемых и создание условий для развития индивидуальных способностей. Это достигается путем подбора индивидуальных заданий и общения преподавателя со студентами в форме индивидуальных консультаций.

Методическое обеспечение учебной дисциплины «Политический PR и политическая коммуникативистика» помещено в учебно-методическом комплексе дисциплины.

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины.

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими семинарские/практические занятия, лабораторные работы по дисциплине в различных формах:

1. Устная форма - доклады на практических занятиях, решение теоретических и практических задач.

2. Письменная форма – контрольные опросы, контрольные работы, рефераты.

3. Устно-письменная форма диагностики компетенций: отчеты по аудиторным теоретическим и практическим заданиям и задачам с их устной

защитой; отчеты по домашним теоретическим и практическим заданиям и задачам с их устной защитой.

Промежуточный контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного зачета (включает в себя ответ на теоретические вопросы и решение задачи).

Система накопления баллов по видам работ отражается в таблице:

Фонды оценочных средств, включающие планы практических занятий, практические задания, темы докладов и рефератов, вопросы к экзамену помещаются в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Кузнецова, Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 с. // Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61081.html> 2.

2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / С. В. Чуев. – 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 244 с. // Режим доступа: <https://www.urait.ru/bcode/438912>

б) дополнительная литература

1. Бренд в современной культуре [Электронный ресурс]: Монография / Дмитриева Л. М. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 200 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/941943>

2. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: монография [Электронный ресурс] / М. Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с. Режим доступа: http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56_04mg.htm

3. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: учебник [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2019. – 343 с. Режим доступа: <http://www.znanium.com>

4. Забурдаева, Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии: учебник [Электронный ресурс] / Е.В. Забурдаева. – Москва: Аспект Пресс, 2017. – 343 с. – ISBN 978-5-7567-0647-5. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1038294>

5. Вылегжанин, Д. А. Теория и практика паблик рилейнз [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д. А. Вылепканин. – 4-е изл., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 371 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1047502>

6. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейнз: Учеб. пособие для вузов [Электронный ресурс]: / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-

ДАНА, 2017. – 416 с. – (Серия «Зарубежный учебник»). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028534>

7. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика: Учеб. пособие для вузов [Электронный ресурс]: / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 454 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028605>

в) Интернет-ресурсы:

http://www.academim.narod.ru/	Академия имиджологии
http://www.cpt.ru	Независимый фонд «Центр политических технологий»
http://www.jourclub.ru	Электронная библиотека по гуманитарным, экономическим и юридическим дисциплинам
http://www.gumfak.ru	Электронная гуманитарная библиотека

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

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

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным оснащением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, телевизор, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-коммуникационной сети «Интернет».

9. Лист дополнений и изменений

[illegible]