

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

Кафедра социологии (С_ИППС)

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Кафедра социологии (С_ИППС)

наименование кафедры

Труфанов Д.О.

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОВРЕМЕННЫЙ
ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR В РОССИИ**

Дисциплина ФТД.02 Современный политический PR в России

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очная

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

390000 «СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

39.03.01.30 СОЦИОЛОГИЯ

Программу
составили

Доцент, Павлов А.П.

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель преподавания дисциплины – ознакомление учащихся направления «реклама и связи с общественностью» с дисциплиной «современный политический пиар в России», подготовка дипломированных специалистов в области связей с общественностью для государственных структур и органов власти.

1.2 Задачи изучения дисциплины

1. ознакомить обучающихся с основными принципами организации связей с общественностью в государственных организациях;

2. ознакомить обучающихся с основными методами организации работы отдела по связям с общественностью в органах власти;

3. ознакомить с основными правилами и техниками делового общения в органах власти, принципами организации и проведения переговоров с общественностью;

4. обучить основным принципам и задачам организации связей с общественностью в органах власти;

5. дать инструментарий для проведения мониторинга по заданной тематике.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| | |
|--|---|
| ОПК-2: способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов | |
| ОПК-2.1: Знает: методы и техники проведения социологических исследований. | |
| Уровень 1 | методы и формы ведения научной дискуссии, основы эффективного научно-профессионального общения, законы риторики и требования к публичному выступлению |
| Уровень 1 | разрабатывать порученные разделы, следуя выбранным методологическим и методическим подходам |
| Уровень 1 | навыками работы в команде |
| ОПК-2.2: Умеет: использовать многообразие современных техник проведения социологического исследования и анализа его результатов. | |
| Уровень 1 | научно-методические основы организации научно-исследовательской деятельности |
| Уровень 1 | понимать и решать профессиональные задачи в области управления |

| | |
|---|---|
| | научно-исследовательской и производственной деятельностью в соответствии с профилем подготовки |
| Уровень 1 | культурой научной дискуссии и навыками профессионального общения с соблюдением делового этикета |
| ОПК-2.3: Владеет: навыками культурной толерантности и креативности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, (или) коммуникационных продуктов. | |
| Уровень 1 | закономерностях развития научно-технического прогресса (НТП) |
| Уровень 1 | определять актуальные направления исследовательской деятельности с учетом тенденций развития науки и хозяйственной практики |
| Уровень 1 | особенностями научного и научно-публицистического стиля |

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Информационные технологии в рекламе и PR
Современный политический PR в России
Правовое обеспечение рекламной и PR деятельности
Аналитика и консалтинг в рекламе и PR
Информационные технологии в рекламе и PR
Правовое обеспечение рекламной и PR деятельности

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
Правовое обеспечение рекламной и PR деятельности
PR в органах государственной власти
Аналитика и консалтинг в рекламе и PR
Правовое обеспечение рекламной и PR деятельности
PR в органах государственной власти
Аналитика и консалтинг в рекламе и PR

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

| Вид учебной работы | Всего, зачетных единиц (акад.час) | Семестр |
|--|--|------------------|
| | | 8 |
| Общая трудоемкость дисциплины | 2 (72) | 2 (72) |
| Контактная работа с преподавателем: | 0,83 (30) | 0,83 (30) |
| занятия лекционного типа | 0,42 (15) | 0,42 (15) |
| занятия семинарского типа | | |
| в том числе: семинары | | |
| практические занятия | 0,42 (15) | 0,42 (15) |
| практикумы | | |
| лабораторные работы | | |
| другие виды контактной работы | | |
| в том числе: групповые консультации | | |
| индивидуальные консультации | | |
| иная внеаудиторная контактная работа: | | |
| групповые занятия | | |
| индивидуальные занятия | | |
| Самостоятельная работа обучающихся: | 1,17 (42) | 1,17 (42) |
| изучение теоретического курса (ТО) | | |
| расчетно-графические задания, задачи (РГЗ) | | |
| реферат, эссе (Р) | | |
| курсовое проектирование (КП) | Нет | Нет |
| курсовая работа (КР) | Нет | Нет |
| Промежуточная аттестация (Зачёт) | | |

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

| № п/п | Модули, темы (разделы) дисциплины | Занятия лекционного типа (акад. час) | Занятия семинарского типа | | Самостоятельная работа, (акад. час) | Формируемые компетенции |
|-------|---|--------------------------------------|---|--|-------------------------------------|-------------------------|
| | | | Семинары и/или Практические занятия (акад. час) | Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час) | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Информационное сопровождение государственной политики | 10 | 9 | 0 | 22 | ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 |
| 2 | Формирование современного имиджа государства | 5 | 6 | 0 | 20 | ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3 |
| Всего | | 15 | 15 | 0 | 42 | |

3.2 Занятия лекционного типа

| № п/п | № раздела дисциплины | Наименование занятий | Объем в акад. часах | | |
|-------|----------------------|--|---------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| | | | Всего | в том числе, в инновационной форме | в том числе, в электронной форме |
| 1 | 1 | Система политических коммуникаций и современной модели информационного взаимодействия между государством и обществом | 1 | 0 | 0 |
| 2 | 1 | Роль СМИ в информационном сопровождении государственной политики | 1 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|-------|---|--|----|---|---|
| 3 | 1 | Значение «новых медиа» в информационном сопровождении государственной политики | 1 | 0 | 0 |
| 4 | 1 | Планирование информационной кампании | 1 | 0 | 0 |
| 5 | 1 | Десять принципов проведения успешной информационной кампании | 1 | 0 | 0 |
| 6 | 1 | Имиджевая политика России как стратегический приоритет | 1 | 0 | 0 |
| 7 | 1 | Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий | 1 | 0 | 0 |
| 8 | 1 | Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои | 1 | 0 | 0 |
| 9 | 1 | Имиджевая политика России в региональном измерении | 2 | 0 | 0 |
| 10 | 2 | Имиджевая политика России как стратегический приоритет | 2 | 0 | 0 |
| 11 | 2 | Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий | 1 | 0 | 0 |
| 12 | 2 | Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои | 1 | 0 | 0 |
| 13 | 2 | Имиджевая политика России в региональном измерении | 1 | 0 | 0 |
| Итого | | | 15 | 0 | 0 |

3.3 Занятия семинарского типа

| | | | | | |
|--|--|--|---------------------|--|--|
| | | | Объем в акад. часах | | |
|--|--|--|---------------------|--|--|

| | | | Всего | в том числе, в инновационной форме | в том числе, в электронной форме |
|----|---|--|-------|--|---|
| 1 | 1 | Система политических коммуникаций и современной модели информационного взаимодействия между государством и обществом | 1 | 0 | 0 |
| 2 | 1 | Роль СМИ в информационном сопровождении государственной политики | 1 | 0 | 0 |
| 3 | 1 | Значение «новых медиа» в информационном сопровождении государственной политики | 1 | 0 | 0 |
| 4 | 1 | Планирование информационной кампании | 1 | 0 | 0 |
| 5 | 1 | Десять принципов проведения успешной информационной кампании | 1 | 0 | 0 |
| 6 | 1 | Имиджевая политика России как стратегический приоритет | 1 | 0 | 0 |
| 7 | 1 | Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий | 1 | 0 | 0 |
| 8 | 1 | Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои | 1 | 0 | 0 |
| 9 | 1 | Имиджевая политика России в региональном измерении | 1 | 0 | 0 |
| 10 | 2 | Имиджевая политика России как стратегический приоритет | 2 | 0 | 0 |
| 11 | 2 | Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий | 1 | 0 | 0 |
| 12 | 2 | Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои | 2 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|-------|---|--|----|---|---|
| 13 | 2 | Имиджевая политика России в региональном измерении | 1 | 0 | 0 |
| Всего | | | 15 | 0 | 0 |

3.4 Лабораторные занятия

| № п/п | № раздела дисциплины | Наименование занятий | Объем в акад. часах | | |
|-------|----------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| | | | Всего | в том числе, в инновационной форме | в том числе, в электронной форме |
| Всего | | | | | |

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|--|---|-----------------------|
| Л1.1 | Феньвеш Т. А., Стариков П. А., Немировский В. Г., Петерсон И. Р., Труфанов Д. О., Павлов А. П., Новиков А. С., Цареградский В. Г., Львов Д. В. | Рекомендации по выполнению самостоятельных работ: учеб.-метод. пособие [для студентов спец. 030602.65 «Связи с общественностью», 040201.65 «Социология», напр. 040100.62 «Социология», 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», 040100.68 «Социология»] | Красноярск: СФУ, 2012 |

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

| 6.1. Основная литература | | | |
|------------------------------|---------------------|---|----------------------|
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л1.1 | Абросимова М. А. | Информационные технологии в государственном и муниципальном управлении: учебное пособие для студентов вузов по направлению подготовки 080100 "Экономика" и экономическим специальностям | Москва: КноРус, 2011 |
| 6.3. Методические разработки | | | |

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|--|--|--------------------------|
| ЛЗ.1 | Феньвеш Т. А., Стариков П. А., Немировский В. Г., Петерсон И. Р., Труфанов Д. О., Павлов А. П., Новиков А. С., Цареградский В. Г., Львов Д. В. | Рекомендации по выполнению самостоятельных работ: учеб.-метод. пособие [для студентов спец. 030602.65 «Связи с общественностью», 040201.65 «Социология», напр. 040100.62 «Социология», 031600.62 «Реклама и связи с общественностью», 040100.68 «Социология»] | Красноярск: СФУ, 2012 |

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В рамках учебной программы студент должен разработать и иметь все собственноручно написанные лекции по курсу, хорошо и полно ориентироваться в темах лекционного курса, а также сделать все письменные задания по темам семинарских занятий, которые являются допуском к зачету по курсу.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

| | |
|-------|---|
| 9.1.1 | ПО, необходимое преподавателю, включает в себя: |
| 9.1.2 | - регулярно обновляемый интернет-браузер (MozillaFirefox, GoogleChrome, YandexBrowser, Opera, InternetExplorer, Safari, либо иной), |
| 9.1.3 | - Программы Windows, Microsoft Office, Adobe Reader |
| 9.1.4 | - возможно использование системы Антиплагиат. |
| 9.1.5 | ПО, необходимое студенту, включает в себя: |
| 9.1.6 | - регулярно обновляемый интернет-браузер (MozillaFirefox, GoogleChrome, YandexBrowser, Opera, InternetExplorer, Safari, либо иной), |
| 9.1.7 | - Программы Windows, Microsoft Office, Adobe Reader |
| 9.1.8 | - возможно использование системы Антиплагиат. |

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

| | |
|-------|---|
| 9.2.1 | Сайт библиотеки СФУ. Режим доступа: http://bik.sfu-kras.ru/ |
| 9.2.2 | Электронный каталог библиотеки СФУ. Режим доступа: http://catalog.sfu-kras.ru/ |
| 9.2.3 | Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: http://elibrary.ru/defaultx.asp |
| 9.2.4 | Базы данных Интегрум: http://www.integrumworld.com/rus/services.html |

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для успешного освоения курса необходима аудитория с компьютером и проектором на все лекционные занятия