

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФТД.02 Современный политический PR в России

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

39.03.01 Социология

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

ст.преподаватель, Вебер К.А.

должность, инициалы, фамилия

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-2: Способен к социологическому анализу и научному объяснению социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов	
ОПК-2.1: Знает приципы, методы и техники проведения социологических исследований.	Основы PR технологий; методы социологических исследований, применяемых при диагностике, анализе и прогнозировании современных политических процессов
ОПК-2.2: Использует многообразие современных техник проведения социологического исследования и анализа его результатов.	анализировать и научно объяснять социальные явления и процессы на основе научных теорий, концепций, подходов
ОПК-2.3: Владеет навыками культурной толерантности и креативности при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, (или) коммуникационных продуктов.	навыками социологического анализа и научного объяснения социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов

1.4 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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,17 (42)	
занятия лекционного типа	0,39 (14)	
практические занятия	0,78 (28)	
Самостоятельная работа обучающихся:	0,83 (30)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Информационное сопровождение государственной политики									
	1. Система политических коммуникаций и современной модели информационного взаимодействия между государством и обществом	1							
	2. Система политических коммуникаций и современной модели информационного взаимодействия между государством и обществом			2					
	3. Система политических коммуникаций и современной модели информационного взаимодействия между государством и обществом							2	
	4. Роль СМИ в информационном сопровождении государственной политики	1							
	5. Роль СМИ в информационном сопровождении государственной политики			2					
	6. Роль СМИ в информационном сопровождении государственной политики							2	

7. Значение «новых медиа» в информационном сопровождении государственной политики	1							
8. Значение «новых медиа» в информационном сопровождении государственной политики			2					
9. Значение «новых медиа» в информационном сопровождении государственной политики							2	
10. Планирование информационной кампании	1							
11. Планирование информационной кампании			2					
12. Планирование информационной кампании							2	
13. Десять принципов проведения успешной информационной кампании	1							
14. Десять принципов проведения успешной информационной кампании			2					
15. Десять принципов проведения успешной информационной кампании							2	
16. Имиджевая политика России как стратегический приоритет	1							
17. Имиджевая политика России как стратегический приоритет			2					
18. Имиджевая политика России как стратегический приоритет							2	
19. Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий	1							
20. Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий			2					
21. Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий							2	

22. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои	1							
23. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои			2					
24. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои							2	
25. Имиджевая политика России в региональном измерении	1							
26. Имиджевая политика России в региональном измерении			2					
27. Имиджевая политика России в региональном измерении							4	
2. Формирование современного имиджа государства								
1. Имиджевая политика России как стратегический приоритет	2							
2. Имиджевая политика России как стратегический приоритет			4					
3. Имиджевая политика России как стратегический приоритет							2	
4. Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий	1							
5. Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий			2					
6. Имидж государства и национальный брендинг: взаимосвязь ключевых категорий							2	
7. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои	1							

8. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои			2					
9. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои							2	
10. Имиджевая политика России в региональном измерении	1							
11. Имиджевая политика России в региональном измерении			2					
12. Имиджевая политика России в региональном измерении							4	
Всего	14		28				30	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

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).
2. 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).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. ПО, необходимое преподавателю, включает в себя:
2. - регулярно обновляемый интернет-браузер (MozillaFirefox, GoogleChrome, YandexBrowser, Opera, InternetExplorer, Safari, либо иной),
3. - Программы Windows, Microsoft Office, Adobe Reader
4. - возможно использование системы Антиплагиат.
5. ПО, необходимое студенту, включает в себя:
6. - регулярно обновляемый интернет-браузер (MozillaFirefox, GoogleChrome, YandexBrowser, Opera, InternetExplorer, Safari, либо иной),
7. - Программы Windows, Microsoft Office, Adobe Reader
8. - возможно использование системы Антиплагиат.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Сайт библиотеки СФУ. Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>
2. Электронный каталог библиотеки СФУ. Режим доступа: <http://catalog.sfu-kras.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Базы данных Интегрум: <http://www.integrumworld.com/rus/services.html>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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