

# МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохоззяйственная академия»  
кафедра НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью



рабочая программа дисциплины (модуля)

## **Б1.В.ДВ.02.02 Политическое консультирование в России**

Учебный план	42.04.01-23-1.plx	
Квалификация	42.04.01 Реклама и связи с общественностью	
Форма обучения	<b>очная</b>	
Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачет - 4
контактная работа	18	
самостоятельная работа	54	
часы на контроль		

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	12 3/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Семинарские занятия	8	8	8	8
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	18	18	18	18
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	72	72	72	72

Кемерово 2023 г.

Программу составил(и):

канд.полит.наук, доц., Митин Александр Александрович



Рабочая программа дисциплины

**Политическое консультирование в России**

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 16.02.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью**

Протокол №1 от 01 марта 2023 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. лабораторий  Матвеева Е.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена комиссией  
экспертного совета высшей аграрной школы

Протокол № 5 от 20 марта 2023 г.

Председатель комиссии  Белова С.Н.

---

---

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры нил политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью

подпись      расшифровка

### 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины - подготовка специалистов, способных анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, использовать технологии политического консультирования по продвижению веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Задачи дисциплины:

- применять технологии организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур;
- использовать навыки позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
<b>2.1</b>	<b>Входной уровень знаний:</b>
2.1.1	Взаимодействие пресс-служб муниципалитетов и информационных редакций ТВ
2.1.2	Копирайтинг и редактирование текстов интернет-изданий
2.1.3	Профессиональная стилистика и веб-дизайн в работе с интернет-изданиями
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Научно-исследовательская работа
2.2.2	Преддипломная практика
2.2.3	Технологии GR-деятельности в России
2.2.4	Управление медиапроектами

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-2ИД-3: Владеет навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики**

**Знать:**

Уровень 1	понятие имиджа и репутации, представление коммуникационной кампании как проекта, виды коммуникационных практик, интегрированные кампании, современные инструменты и каналы коммуникации, их роль в коммуникационной стратегии
-----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Уметь:**

Уровень 1	формировать позиционирование бренда, ключевое сообщение, определять набор инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разрабатывать коммуникационную стратегию
-----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Владеть:**

Уровень 1	навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики
-----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**ОПК-5ИД-3: Использует технологии организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур**

**Знать:**

Уровень 1	правовые и этические нормы регулирования коммуникаций
-----------	-------------------------------------------------------

**Уметь:**

Уровень 1	организовать эффективные онлайн и офлайн медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью
-----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------

**Владеть:**

Уровень 1	технологиями организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур
-----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- правовые и этические нормы регулирования коммуникаций;
3.1.2	- понятие имиджа и репутации, представление коммуникационной кампании как проекта, виды коммуникационных практик, интегрированные кампании, современные инструменты и каналы коммуникации, их роль в коммуникационной стратегии.
3.1.3	

<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- организовать эффективные онлайн и офлайн медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью;
3.2.2	- формировать позиционирование бренда, ключевое сообщение, определять набор инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разрабатывать коммуникационную стратегию.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- технологиями организации публичных мероприятий онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур;
3.3.2	- навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики.

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код зан.	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Уровень сформ-ти комп.	Акт. и инт. формы обуч-я.	Литература	Формы контроля
	<b>Раздел 1. Применение технологий исследования</b>							
1.1	1.1 Анализ интересов клиента и его конкурентов /Лек/	4	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.2	1.1 Анализ интересов клиента и его конкурентов /Сем зан/	4	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.3	1.1 Анализ интересов клиента и его конкурентов /Ср/	4	13	ОПК-5.3	ОПК-5(3)		Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.4	1.2 Метод многомерных семантических пространств в политическом консультировании /Лек/	4	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.5	1.2 Метод многомерных семантических пространств в политическом консультировании /Сем зан/	4	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2	
1.6	1.2 Метод многомерных семантических пространств в политическом консультировании	4	13	ОПК-5.3	ОПК-5(3)		Л1.2 Л1.1Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 2. Технологии политического консультирования в России</b>							
2.1	2.1 Технологии усиления и поддержки /Лек/	4	2	ПК-2.3	ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.2	2.1 Технологии усиления и поддержки /Сем зан/	4	2	ПК-2.3	ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.3	2.1 Технологии усиления и поддержки /Ср/	4	13	ПК-2.3	ПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.4	2.2 Технологии защиты и нападения /Лек/	4	2	ПК-2.3	ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.5	2.2 Технологии защиты и нападения /Сем зан/	4	2	ПК-2.3	ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.6	2.2 Технологии защиты и нападения /Ср/	4	15	ПК-2.3	ПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.7	/Конс/	4	2	ПК-2.3 ОПК-5.3	ОПК-5(3) ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

2.8	/Зачёт/	4	0	ПК-2.3 ОПК-5.3	ОПК-5(3) ПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
-----	---------	---	---	-------------------	---------------------	--	--------------------------	--

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы к зачету:

1. Политический консалтинг: понятие и основные функции
2. Виды политического консультирования
3. Исторические корни политического консалтинга
4. Политический консалтинг в России: особенности функционирования
5. Методы исследования в политическом консалтинге
6. ЛОМ (Лидер общественного мнения), его роль в политическом консультировании.
7. Планирование избирательной кампании.
8. Профессионально-этические нормы политического консалтинга
9. Виды и методы трансляции политической информации
10. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов.
11. Политический консалтинг в системе прогнозирования процессов.
12. Управленческие решения в политической сфере и политический консалтинг.
13. Планирование политической деятельности с помощью консалтинговых агентств.
14. Политическая деятельность и ее место в политическом консалтинге.
15. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры и реорганизации политической организации.
16. Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов в целях обеспечения клиентуры консалтинговых агентств.
17. Технология социально-политического моделирования.
18. Имидж политического лидера и политической структуры.
19. Методика оказания консультационных услуг по поддержанию имиджа политической структуры и лидера.
20. Планирование политических кампаний и PR-акций в России.
21. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей политического сознания.
22. Стратегия и тактика применения политической рекламы в средствах массовой информации.
23. Интенсивность и эффективность политических рекламных кампаний.
24. Политическая реклама в СМИ.
25. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов, календарный план и частота размещения рекламы.

### 6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

#### 6.1 Перечень программного обеспечения

Офисный пакет LibreOffice  
Браузер Mozilla Firefox

#### 6.2 Перечень информационных справочных систем

ЭБС "Земля знаний"  
"Консультант Плюс" - законодательство РФ

### 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер ауд.	Назначение	Оборудование и ПО	Вид занятия
1324	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Специализированная мебель: столы ученические – 10 шт., стулья – 25 шт. Технические средства обучения: ноутбук IdeaPad Z575g 15.6 – 8 шт., проектор Epson EMP-S3L – 1 шт., ПК рабочее место – 7 шт., интерактивная доска Hitachi FX-82W – 1 шт., учебно-наглядные пособия.	
1102	Помещение для самостоятельной работы с выходом в сеть "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Кузбасская ГСХА	столы ученические – 37 шт., стулья – 74. ПК Системный блок А – 12 шт.	

### 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 8.1. Рекомендуемая литература

##### 8.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Е. В. Забурдаева	Политическая кампания. Стратегии и технологии : Учебник	Москва : Аспект Пресс, 2017
Л1.2	Ф. И. Шарков	Коммуникология: коммуникационный консалтинг : Учебное пособие	Москва : Дашков и К, 2022

**8.1.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Ф. И. Шарков	Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник: Словарь	Москва : Дашков и К, 2022
Л2.2	О. В. Мамай, И. Н. Мамай	Управленческое консультирование : Учебное пособие	Самара : СамГАУ, 2022

**9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

--

