

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»
кафедра Высшая аграрная школа

УТВЕРЖДАЮ

Декан Высшей аграрной школы



Белова С.Н.

2023 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Политическое консультирование в России

Учебный план	oz42.04.01-23-1MP.plx	
Квалификация	42.04.01 Реклама и связи с общественностью	
Форма обучения	Магистр	
	очно-заочная	
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачет - 5
контактная работа	18	
самостоятельная работа	54	
часы на контроль		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
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

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

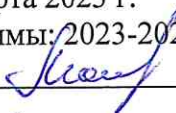
утвержденного учёным советом вуза от 16.02.2023 протокол № 5.

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 высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2024 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

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 высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2025 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

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 высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2026 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

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 высшая аграрная школа

Протокол № ____ от _____ 2027 г.

Зав. кафедрой Высшая аграрная школа

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:	
2.1	Входной уровень знаний:
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
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
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-2.3: Владеет навыками позициони-рования бренда, формирования ключевого сообщения, уникаль-ного торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуни-кационной 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-5.3: Использует технологии органи-зации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного мас-штаба 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

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

3.2	Уметь:
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.
3.3	Владеть:
3.3.1	- технологиями организации публичных мероприятия 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
	Раздел 1. Применение технологий исследования							
1.1	1.1 Анализ интересов клиента и его конкурентов /Лек/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.2	1.1 Анализ интересов клиента и его конкурентов /Сем зан/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.3	1.1 Анализ интересов клиента и его конкурентов /Ср/	5	13	ОПК-5.3	ОПК-5(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.4	1.2 Метод многомерных семантических пространств в политическом консультировании /Лек/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.5	1.2 Метод многомерных семантических пространств в политическом консультировании /Сем зан/	5	2	ОПК-5.3	ОПК-5(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.6	1.2 Метод многомерных семантических пространств в политическом консультировании /Ср/	5	13	ОПК-5.3	ОПК-5(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
	Раздел 2. Технологии политического консультирования в России							
2.1	2.1 Технологии усиления и поддержки /Лек/	5	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/	5	2	ПК-2.3	ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.3	2.1 Технологии усиления и поддержки /Ср/	5	13	ПК-2.3	ПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.4	2.2 Технологии защиты и нападения /Лек/	5	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/	5	2	ПК-2.3	ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.6	2.2 Технологии защиты и нападения /Ср/	5	15	ПК-2.3	ПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.7	/Конс/	5	2	ПК-2.3 ОПК-5.3	ОПК-5(3) ПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

2.8	/Зачёт/	5	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

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

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

