

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Политология и политический консалтинг»

Дисциплина «Политология и политический консалтинг» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2); разрабатывать кон-тент в сфере рекламы и связей с общественностью, создавать (написание информационных материалов для сайта) и редактировать информационные ресурсы (ПКО-1). Задачи дисциплины: формирование знаний: • Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологи-ческих и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам; • Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психология и социология восприятия рекламно-политического контента; • Принципы организации рекламно-политического текста, приемы копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию; формирование умений: • Применять качественные и количественные маркетинговые, социологические и медийные исследования в целях повышения доверия к общественно-политическим, государст-венным институтам и политическим акторам; • Использовать техники сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации; • Использовать приемы копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию; формирование навыков: • Проведения и интерпретации качественных и количественные маркетинговых, социоло-гических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам; • Сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации с учетом психологии и социологии восприятия рекламно-политического контента • Копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию.

Исучаемые объекты дисциплины

• Понятие «политика», политология как наука, политический консалтинг как междисциплинарная область знания и профессиональная деятельность. • Политическая система как объект политологии, ее основные структуры и параметры функционирования. • Политический консалтинг: его цели и задачи. • Политическая реклама и политический PR как основные инструменты решения коммуникационных задач, стоящих перед специалистом в сфере политического консалтинга.

Объем и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|--|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 4 | |
| 1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: | 54 | 54 | |
| 1.1. Контактная аудиторная работа, из них: | | | |
| - лекции (Л) | 16 | 16 | |
| - лабораторные работы (ЛР) | | | |
| - практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ) | 36 | 36 | |
| - контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | 2 | |
| - контрольная работа | | | |
| 1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС) | 54 | 54 | |
| 2. Промежуточная аттестация | | | |
| Экзамен | | | |
| Дифференцированный зачет | | | |
| Зачет | 9 | 9 | |
| Курсовой проект (КП) | | | |
| Курсовая работа (КР) | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | 108 | 108 | |

Краткое содержание дисциплины

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | |
| 4-й семестр | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| ТЕМА 6. Избирательный процесс, организация и работа избирательного штаба, основные выборные технологии | 2 | 0 | 4 | 4 |
| Избирательный процесс: принципы законодательного и общественно-этического регулирования. Избирательный штаб: основные функции и структура, особенности формирования и управления, ключевые подразделения, требования к профессиональным компетенциям сотрудников. Разработка идеологии выборных кампаний и способы ее адаптации к восприятию целевыми аудиториями избирателей. Полевые методы работы сотрудников штаба. Выборные технологии: сущность, классификация. Выборные технологии мобилизационного и демотивационного характера воздействия на поведение избирателей. Выборные технологии и их применение с точки зрения политической этики и морали. Агитация и пропаганда как основные методы коммуникации с избирателями и законодательные ограничения их использования в рамках выборной кампании. | | | | |
| ТЕМА 8. Политический консалтинг как технология и метод обеспечения общественного доверия к действующим политическим акторам | 2 | 0 | 6 | 6 |
| Политический консалтинг в рамках деятельности законодательных, представительных органов власти, политических партий и общественно-политических объединений. Политические экспертиза и консалтинг в рамках текущей деятельности и выполнения задач репутационного менеджмента и имиджмейкинга лиц, занимающих выборные должности в рамках законодательных и представительных органов власти. Позиционирование и продвижение органов законодательной власти и представительных органов как целостных институтов, формирующих политическую повестку дня и определяющих курс развития территории. Специфика партийной и общественно-политической деятельности и взаимодействия политических партий и | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| <p>общественно-политических объединений с гражданами и избирателями. Межпартийная конкуренция как фактор выработки стратегии и тактики действий политического консультанта. Предварительные выборы (праймериз, кокусы и другие формы) как способ внутрипартийного отбора кандидатов на высшие выборные политические должности, специфика их организации и проведения, роль политических консультантов на данном этапе. Политический консалтинг в рамках деятельности исполнительных органов государственной власти и органов местного самоуправления. Специфика функционирования исполнительной ветви власти и взаимодействия высших должностных лиц и органов исполнительной власти с гражданами. Специфика функционирования органов местного самоуправления и взаимодействия ОМСУ с гражданами. Политический консалтинг как способ обеспечения доверия к высшим должностным лицам национального и регионального уровня, руководителям органов исполнительной государственной власти национального, территориального и регионального уровней, к исполнительным органам власти в целом. Политический консалтинг как способ обеспечения доверия к первым лицам органов местного самоуправления и ОМСУ в целом. Взаимодействие политических консультантов и советников высших должностных лиц с внутриведомственными подразделениями, отвечающими за направление «связи с общественностью». Политический имиджмейкинг, его проблематика и особенности. Образ политического лидера и особенности его восприятия целевыми аудиториями. Способы создания эффективного образа публичного политика. Технологии восстановления политического имиджа. Спичрайтинг как особая функция эффективного позиционирования и имиджирования лиц, занимающих высшие государственные и региональные должности, а также первых лиц органов государственной исполнительной власти. Имидж, репутация и</p> | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| бренд общественно-политической организации Репутационный менеджмент и бренд-менеджмент общественно-политической организации. Долгосрочная стратегия выстраивания имиджа и репутации политической партии. | | | | |
| Модуль 2. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА | | | | |
| Контрольная работа 1 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Контрольная работа по модулю 1 | | | | |
| Контрольная работа 2 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Контрольная работа по модулю 2 | | | | |
| Модуль 1. | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ПОЛИТОЛОГИЯ КАК НАУКА, ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ И РАЗДЕЛЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК | | | | |
| ТЕМА 4. Политическая психология, политическое сознание, политическое поведение, общественное мнение и политическая культура как факторы политического процесса | 2 | 0 | 5 | 8 |
| Политическая психология как отрасль политической науки и междисциплинарная область научного знания. Политическое сознание и политическое поведение как объекты изучения политической психологии. Политическое поведение крупных социальных общностей. Электоральная активность и электоральный абсентеизм как полярные паттерны политического поведения. Типы, закономерности и особенности функционирования общественного мнения, политического сознания и политического поведения. Понятие и сущность феномена политической культуры. Способы типологизации и классификации политических культур. Психология малых и больших групп в политике, психология элит и масс, политическое сознание элитных страт общества и масс. Понятие и сущность политического лидерства. Теории (теория «личностных черт» и ситуативная теория), функции, типы и стили политического лидерства. Типологии политического | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|--|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| лидерства М. Вебера, Ж. Блонделя, М. Херманн, С. Джибба и др. Психологические аспекты политического лидерства. Имидж и репутация политического лидера: соотношение понятий. | | | | |
| ТЕМА 3. Политическая система и ее основополагающие элементы. Политические институты и политические акторы как основные структурные элементы политической системы | 2 | 0 | 4 | 8 |
| Государство как политическая система и макрополитический институт. Принцип разделения властей в теории и на практике. Реализация принципа разделения властей как основной критерий типологии политических систем. Общие принципы регулирования территориально-государственного устройства, принципы федерализма и унитаризма, политический сепаратизм и тенденции деволуции. Политический процесс как способ функционирования политической системы и ее ключевой параметр. Виды политических режимов: демократия, авторитаризм, тоталитаризм. Партийно-политическая система как ключевой фактор политического процесса. Партийные системы и их типология. Политические элиты, политические партии, группы интересов и политические массы как основные акторы политических систем. Электоральные системы и электоральная инженерия. Типология электоральных систем. Закон М. Дюверже. Мажоритарные избирательные системы: их достоинства и недостатки. Пропорциональные избирательные системы: их достоинства и недостатки. Полупропорциональные и смешанные избирательные системы, их преимущества и недостатки. Электоральная инженерия как фактор трансформации институционального дизайна избирательных систем. Джерримендеринг и другие виды манипулятивных технологий электоральной инженерии | | | | |
| ТЕМА 7. Принципы организации рекламно-политического текста и языка политического PR, политическая реклама и политический PR в рамках избирательной кампании | 2 | 0 | 4 | 6 |
| | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| <p>Особенности политической рекламы, связей с общественностью в политической сфере. Методы, технологии и практики в сфере политической рекламы и политического PR. Примеры эффективных рекламных и PR-кампаний, реализованных в политической сфере в России и мире. Современные подходы к планированию и реализации рекламных и PR-кампаний. Основные коммуникационные инструменты выборных рекламных и PR-кампаний: пресс-конференции, дебаты, интервью. Политическая реклама и политический PR в digital-измерении: организация рекламных и PR-кампания посредством ресурсов Сети Интернет и цифровых каналов коммуникации, организация работы веб-порталов политической направленности, принципы подготовки и редактирования соответствующего контента. Способы оптимизации функционирования Интернет-ресурсов политической направленности. Способы измерения эффективности политической рекламы и коммуникационного менеджмента в политической сфере. Роль и место СМИ в рамках избирательного процесса</p> | | | | |
| <p>ТЕМА 5. Политический консалтинг как междисциплинарная отрасль науки и профессиональная деятельность. Политическая социология, социология общественного мнения, политическое прогнозирование и политическая аналитика как факторы выработки стратегии и тактики ведения информационно-политических кампаний</p> | 2 | 0 | 5 | 4 |
| <p>Соотношение политического консалтинга и связей с общественностью, политологии, политического менеджмента и политического маркетинга. История становления политического консалтинга в рамках выборных процессов в мире и России. Школы политического консалтинга США, Франции, Великобритании, Германии и России. Особенности становления и развития политического консалтинга постсоветской России. Политическое консультирование как проектная и профессиональная деятельность. Цели, задачи и методы работы политических</p> | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| <p>консультантов. Этика политического консалтинга и профессиональные этические кодексы, регулирующие данную деятельность. Понятие, предмет и методы политической социологии и социологии общественного мнения. Цели, задачи и функции политической социологии и социологии общественного мнения. Основные методы политической социологии и социологии общественного мнения. Особенности и техники социологических исследований в сфере политической коммуникации. Способы обработки и корректной интерпретации социологических данных о политических процессах и явлениях.</p> <p>Принципы политического прогнозирования на основе обработки социологической информации и анализа политической ситуации. Прогнозирование результатов выборов и динамики рейтингов политических акторов. Пределы и возможности политического прогнозирования. Политическое прогнозирование как политическая технология воздействия на общественное мнение. Политический анализ как способ воздействия на общественное мнение. Политический рейтинг и способы его определения и коррекции. Обнародование данных политических рейтингов как способ воздействия на общественное мнение. Exit-polls как способ прогнозирования результатов выборов и политическая технология воздействия на общественное мнение.</p> | | | | |
| <p>ТЕМА 1. Предмет политологии. Основные категории и разделы политических наук. Понятие политики</p> | 2 | 0 | 0 | 6 |
| <p>Предмет и задачи политологии. Политика как предмет политологии и сфера общественной жизни. Цели и задачи политики как практической деятельности. Этические, нормативные и институциональные аспекты политической сферы. Основные разделы и отрасли политических наук: теория, философия политики и политическая этика, политическая история, теория политических институтов и политических процессов,</p> | | | | |

| Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | Объем внеаудиторных занятий по видам в часах |
|---|---|----|----|--|
| | Л | ЛР | ПЗ | СРС |
| псефология, политическая компаративистика, политическая регионалистика и электоральная география, политический менеджмент, политический анализ и политическое прогнозирование, теория международных отношений. Междисциплинарные области знания, смежные с политическими науками: политическое консультирование и политический PR, политическая психология, политическая лингвистика, этнополитология. | | | | |
| ТЕМА 2. Политическая философия как отрасль политического знания, политико-философские доктрины и политические идеологии как компоненты идейно-политического спектра | 2 | 0 | 4 | 8 |
| Политические учения и доктрины мыслителей стран Западной Европы, Востока и России. Политические учения и политико-философские доктрины Платона, Аристотеля, Лао Цзы, Конфуция, Н. Макиавелли, Т. Гоббса, Дж. Локка, Э. Берка, И. Волоцкого, Н. Сорского, И. Грозного, А. Курбского, Ж.-Ж. Руссо, Ш.Л. Монтескье, Т. Джефферсона, Н. Карамзина, Н. Радищева, М. Бакунина, К. Леонтьева, Н. Данилевского, М. Вебера, К. Маркса, Г. Моска, В. Парето, Р. Михельса, Э. Саида, Н. Трубецкого, П. Савицкого, А. Тойнби, Ф. Фукуямы, С. Хантингтона и др.). Основные политические идеологии (консерватизм, социализм, либерализм, коммунизм, анархизм, фашизм, национализм) и политический спектр. | | | | |
| ИТОГО по 4-му семестру | 16 | 0 | 36 | 54 |
| ИТОГО по дисциплине | 16 | 0 | 36 | 54 |