

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


_____ Н.В.Лобов

« 28 » мая _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: _____ Политология и политический консалтинг
(наименование)

Форма обучения: _____ очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: _____ бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: _____ 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: _____ Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)

(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. 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 контент 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, социологических 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, государственным 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 количественных маркетинговых, социологических 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

1.2. Изучаемые 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

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов «Основы журналистики», «Культура речи: эффективные коммуникации», «Учебная практика, профессионально-ознакомительная», «Введение в специальность», «Основы рекламной коммуникации» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-2	ИД-1ОПК-2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психологию и социологию восприятия рекламно-политического контента 	Знает методы маркетинговых, социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные).	Контрольная работа
ОПК-2	ИД-2ОПК-2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> применять качественные и количественные маркетинговые, социологические и медийные исследования в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам; использовать техники сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации; 	Умеет применять методы маркетинговых, социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) для выявления основных тенденции развития общественных и государственных институтов.	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-2	ИД-3ОПК-2	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • Проведения и интерпретации качественных и количественных маркетинговых, социологических 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 	<p>Владеет навыками маркетинговых, социологических, медийных и прочих исследований (качественные и количественные) с целью выявления основных тенденции развития общественных и государственных институтов при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	Кейс-задача
ПКО-1	ИД-1ПКО-1	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> • Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам • Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психологию и социологию восприятия рекламно-политического контента • Принципы организации рекламно-политического текста, приемы копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, 	<p>Знает законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, СМИ, рекламы, связей с общественностью, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; правила использования информационных материалов в Интернет; техники сегментирования аудиторий; базовые техники проведения соцопросов и интервью; принципы редактирования и корректуры текстов;</p>	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		нацеленных на решение задач по политическому имиджированию		
ПКО-1	ИД-2ПКО-1	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психологию и социологию 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 	<p>Умеет формулировать целевые параметры контента с учетом целей и задач контента; целевых аудиторий контента, их ценностей, ожиданий; определять жанр, основные месседжи, идеи контента; писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; определять каналы передачи контента.</p>	Зачет
ПКО-1	ИД-3ПКО-1	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> Проведения и интерпретации качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам; сегментирования 	<p>Владеет навыками поиска и анализа информации (анализ документов, поиск информации в открытых источниках); переработки текстов различной тематики (рерайт); написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг);</p>	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		целевых аудиторий политической коммуникации с учетом психологии и социологии восприятия рекламно-политического контента <ul style="list-style-type: none"> • копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию 		

3. 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	

4. 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	СРС
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
Модуль 1.	0	0	0	0
ПОЛИТОЛОГИЯ КАК НАУКА, ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ И РАЗДЕЛЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК				
ТЕМА 1. Предмет политологии. Основные категории и разделы политических наук. Понятие политики	2	0	0	6
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, 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, этнополология.				
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.				
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				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
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 деволюции. 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 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				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
политического лидерства. Теории (теория «личностных черт» и ситуативная теория), функции, типы и стили политического лидерства. Типологии политического лидерства М. Вебера, Ж. Блонделя, М. Херманн, С. Джибба и др. Психологические аспекты политического лидерства. Имидж и репутация политического лидера: соотношение понятий.				
Контрольная работа 1	0	0	2	2
Контрольная работа по модулю 1				
Модуль 2.	0	0	0	0
ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА				
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	2	0	5	4
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 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. Принципы политического прогнозирования на основе обработки социологической информации и анализа политической ситуации. Прогнозирование				

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>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.</p> <p>Политический рейтинг и способы его определения и коррекции. Обнародование данных политических рейтингов как способ воздействия на общественное мнение.</p> <p>Exit-polls как способ прогнозирования результатов выборов и политическая технология воздействия на общественное мнение.</p>				
ТЕМА 6. Избирательный процесс, организация и работа избирательного штаба, основные выборные технологии	2	0	4	4
<p>Избирательный процесс: принципы законодательного и общественно-этического регулирования.</p> <p>Избирательный штаб: основные функции и структура, особенности формирования и управления, ключевые подразделения, требования к профессиональным компетенциям сотрудников.</p> <p>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.</p>				
ТЕМА 7. Принципы организации рекламно-политического текста и языка политического PR, политическая реклама и политический PR в рамках избирательной кампании	2	0	4	6
<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</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
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				
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 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				

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>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.</p> <p>Политический консалтинг как способ обеспечения доверия к первым лицам органов местного самоуправления и ОМСУ в целом.</p> <p>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.</p> <p>Технологии восстановления политического имиджа.</p> <p>Спичрайтинг как особая функция эффективного позиционирования и имиджирования лиц, занимающих высшие государственные и региональные должности, а также первых лиц органов государственной исполнительной власти.</p> <p>Имидж, репутация и бренд общественно-политической организации Репутационный менеджмент и бренд-менеджмент общественно-политической организации. Долгосрочная стратегия выстраивания имиджа и репутации политической партии.</p>				
Контрольная работа 2	0	0	2	2
Контрольная работа по модулю 2				
ИТОГО по 4-му семестру	16	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	54

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Политика как призвание и профессия
2	Эволюция политико-философских доктрин: от монархизма, элитизма и этатизма к демократии, эгалитаризму и анархизму
3	Лоббизм как способ продвижения интересов различных политических акторов и общественных групп
4	Типологии политического лидерства Платона, Аристотеля, Н. Макиавелли, В. Парето и др.
5	Психология народов и масс: Г. Лебон, Г. Тард, С. Сигеле, М. Московичи, Х. Ортега-и-Гассет и др.

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
6	Способы определения победителей выборов в рамках различных избирательных систем
7	Контрольная работа 1
8	Крупные частные агентства сферы политического консалтинга и их методы работы с заказчиками
9	Регулярные политические рейтинги международных и российских исследовательских и экспертных центров: методология составления, преимущества и недостатки каждого из рейтингов
10	Креативные решения в рамках политических рекламных и PR-кампаний
11	Имидж, репутация и персональный бренд действующего политика
12	Влияние идеологической составляющей и ценностей, продвигаемых партией на процесс ее имиджирования
13	Методы корректирования образа политического лидера
14	Контрольная работа 2

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Стегний В. Н. Политология : учебное пособие / В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.	81
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Володенков С. В. Управление современными политическими кампаниями: учебное пособие для вузов / С. В. Володенков. - Москва: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012.	4
2	Гринберг Т. Э. Политические технологии: учебное пособие для вузов / Т. Э. Гринберг. - Москва: Аспект Пресс, 2018.	2
3	Каплан Б. Миф о рациональном избирателе: Почему демократии выбирают плохую политику: пер. с англ. / Б. Каплан. - Москва: ИРИСЭН, Мысль, 2012.	4
4	Кынев А. В. Партии и выборы в современной России: Эволюция и деволюция / А. В. Кынев, А. Е. Любарев. - Москва: Либеральная миссия, Новое лит. обозрение, 2011.	2
5	Лиллекер Д. Дж. Политическая коммуникация. Ключевые концепты : пер. с англ. / Д. Дж. Лиллекер. - Харьков: Гуманит. центр, 2010.	1
6	Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения. Толпа, слухи, политические и рекламные кампании : учебное пособие для вузов / А. П. Назаретян. - М.: Academia, 2005	7
7	Политика и личность: пер. с нем. / Под ред. У. Сарцинелли [и др.]. - Харьков: Гуманит. центр, 2012.	3
8	Ситников А.П. Политический консалтинг : учебное пособие для вузов / А.П. Ситников, И.В. Огарь, Н.С. Бахвалова. - Москва: ГУ ВШЭ, 2004.	22
9	Скрипкина Ж.Б. Избирательные системы и технологии: учебное пособие / Ж.Б. Скрипкина. - М.: Вуз. учеб., Изд-во ВЗФЭИ, 2007.	6
10	Хейвуд Э. Политология : учебник для вузов : пер. с англ. / Э. Хейвуд. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.	22
11	Шарков Ф. И. Политический консалтинг (специализация курса "Консалтинг в связях с общественностью"): учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, 2008.	1
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Стегний В. Н. Политология : учебное пособие / В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.	http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=1257	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Схемы и таблицы к курсу "Политология" : учебное пособие / Пермский государственный технический университет; Сост. В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.	http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=3898	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567
ПО для обработки изображений	Adobe Photoshop CS3 Russian (ПНИПУ 2008 г.)

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	экран, проектор, компьютер	1
Практическое занятие	экран, проектор, компьютер	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Политология и политический консалтинг»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения:	Очная

Курс: 2

Семестр: 4

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	3 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	108 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Зачет: 4 семестр

Пермь 2020

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (4-го семестра очная форма обучения учебного плана) и разбито на 2 модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по самостоятельным работам и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Экзамен
Усвоенные знания						
З.1. Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам		ТО				ТВ
З.2. Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психология и социология восприятия рекламно-политического контента		ТО				ТВ
З.3. Принципы организации рекламно-политического текста, приемы копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию		ТО				ТВ
Освоенные умения						
У.1. Применять качественные и количественные маркетинговые, социологические и медийные исследования в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам				КЗ		ПЗ
У.2. Использовать техники сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации				КЗ		ПЗ
У.3. Использовать приемы копирайтинга, рерайта,				КЗ		ПЗ

редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию						
Приобретенные владения						
В.1. Проведения и интерпретации качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам				КЗ		ПЗ
В.2. Сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации с учетом психологии и социологии восприятия рекламно-политического контента				КЗ		ПЗ
В.3. Копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию				КЗ		ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), защиты отчетов по лабораторным работам, рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме защиты решения кейс-задачи (индивидуального задания) и 2-х контрольных работ после изучения каждого модуля учебной дисциплины.

2.2.1. Защита лабораторных работ

Не предусмотрено.

2.2.2. Рубежная контрольная работа

Согласно РПД, рубежный контроль включает 2 контрольные работы по каждому модулю программы, которые включают решение кейс-задачи. Типовые шкала и критерии оценки результатов рубежной контрольной работы приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.3. Защита решения кейс-задачи (индивидуального задания)

Типовые задания для решения кейс-задачи:

1. Составьте план исследования политических предпочтений социальной группы. Задача: определить первоочередные мотивы для неудовлетворенности и ожидания избирателей пенсионного возраста на предмет организации системы городского благоустройства и содержания придомовых территорий.

2. Составьте медиаплан имиджевого продвижения кандидата в депутаты региональной легислатуры в СМИ и социальных медиа. Проблема: недостаточная узнаваемость кандидата среди целевых аудиторий.

3. Составьте программу оценки эффективности действующего персонального бренда политического деятеля. Проблема: слабая осведомленность целевых аудиторий о персоне политика и высокий уровень негативных оценок в его адрес.

4. Составьте проект технического задания на создание имиджевого сайта о политическом деятеле. Проблема: недостаточный уровень доверия и поддержки политического деятеля со стороны жителей территории.

5. Составьте медиаплан рекламной кампании по продвижению бренда политического лидера. Проблема: слабая узнаваемость персоны политика среди целевых аудиторий.

6. Составьте медиаплан рекламной кампании по продвижению персонального бренда вашего заказчика (бизнесмена/ общественного деятеля/ звезды шоу-бизнеса) посредством каналов политической коммуникации. Задача:

содействовать реализации публично озвученных клиентом планах о выдвижения его кандидатуры для участия в выборах в федеральный парламент.

7. Подготовьте план разработки концепции политического бренда партии. Проблема: отток избирателей к конкурентам и снижение уровня поддержки на территории города.

8. Подготовьте концепты элементов идентичности партийно-политического бренда: имя бренда, слоган, схему графического решения визуализации бренда, предложения по размещению визуальных атрибутов бренда на различных носителях.

9. Подготовьте план проведения пресс-конференции в интересах политического лидера. Проблема: низкий уровень поддержки населением и депутатами местного представительного органа инициатив политика.

10. Подготовьте специальный выпуск агитационно-информационной газеты предвыборного штаба кандидата, предварительно разработав концепцию выпуска и текстово-графический контент. Задача: содействовать избранию кандидата в губернаторы региона.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

Типовые задания для комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

1. Подготовьте PR- и рекламный текстово-графический контент для имиджевого продвижения политического лидера в СМИ. Проблема: недостаточный уровень доверия и поддержки политического деятеля со стороны жителей территории пенсионного возраста.
2. Подготовьте PR- и рекламный текстово-графический контент для имиджевого продвижения регионального отделения политической партии в СМИ. Проблема: недостаточный уровень доверия и поддержки политической партии со стороны жительниц территории, идентифицирующих себя в качестве женщин с детьми со средним уровнем доходов.
3. Подготовьте PR- и рекламный текстово-графический контент для проведения запланированного предвыборного митинга и дальнейшего его освещения в СМИ и социальных медиа. Задача: повышение уровня доверия и поддержки политической партии со стороны жителей территории, идентифицирующих себя как сторонников защиты экологии и природы.
4. Подготовьте мастер-план концепции избирательной кампании кандидата. Задача: содействовать избранию кандидата в региональный законодательный орган, выдвинувшемуся по одномандатному избирательному округу.

5. Составьте программу имиджевого позиционирования политического деятеля с учетом имеющейся концепции его персонального бренда города, признанной относительно эффективной. Проблема: снижение рейтинга политического деятеля согласно последним социологическим исследованиям.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Предмет и задачи политологии. Основные разделы и отрасли политических наук
2. политико-философские доктрины и политические идеологии как компоненты идейно-политического спектра
3. Теория элит и политические доктрины Г. Моска, В. Парето, Р. Михельса,
4. Политическая система и ее основополагающие элементы.
5. Принцип разделения властей в теории и на практике.
6. Общие принципы регулирования территориально-государственного устройства: принципы федерализма и унитаризма, политический сепаратизм и тенденции деволюции.
7. Виды политических режимов: демократия, авторитаризм, тоталитаризм.

8. Партийные системы и их типология.
9. Политические элиты, политические партии, группы интересов и политические массы как основные акторы политических систем.
10. Электоральные системы и их типология.
11. Электоральная инженерия как способ трансформации избирательных систем.
12. Политическое сознание и политическое поведение в системе политической психологии. Психология элит и масс.
13. Теории, функции, типы и стили политического лидерства. Типологии политического лидерства.
14. Политический консалтинг как междисциплинарная отрасль науки и профессиональная деятельность.
15. Этика политического консалтинга и профессиональные этические кодексы, регулирующие данную деятельность.
16. Основные методы политической социологии и социологии общественного мнения.
17. Принципы политического прогнозирования
18. Политический рейтинг и способы его определения и коррекции.
19. Избирательный процесс, организация и работа избирательного штаба
20. Выборные технологии: сущность, классификация.
21. Принципы организации рекламно-политического текста и языка политического PR
22. Политическая реклама и политический PR в рамках избирательной кампании.
23. Политический имиджмейкинг, его проблематика и особенности.
24. Репутационный менеджмент и бренд-менеджмент общественно-политической организации.
25. Спичрайтинг как особая функция эффективного позиционирования и имиджирования политиков.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Составьте план исследования политических предпочтений социальной группы
2. Составьте программу имиджевого позиционирования политического деятеля с учетом имеющейся концепции его персонального бренда города, признанной относительно эффективной.
3. Составьте медиаплан имиджевого продвижения кандидата в депутаты региональной легислатуры в СМИ и социальных медиа.
4. Составьте медиаплан рекламной кампании по продвижению бренда политического лидера.
5. Подготовьте план разработки концепции политического бренда партии. Проблема: отток избирателей к конкурентам и снижение уровня поддержки на территории города.
6. Подготовьте план проведения пресс-конференции в интересах политического лидера.

7. Подготовьте PR- и рекламный тексто-графический контент для имиджевого продвижения политического лидера в СМИ.
8. Подготовьте PR- и рекламный тексто-графический контент для имиджевого продвижения регионального отделения политической партии в СМИ.
9. Подготовьте PR- и рекламный тексто-графический контент для проведения запланированного предвыборного митинга и дальнейшего его освещения в СМИ и социальных медиа.
10. Подготовьте концепцию специального выпуска агитационно-информационной газеты предвыборного штаба кандидата в губернаторы региона.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Составьте программу оценки эффективности действующего персонального бренда политического деятеля.
2. Подготовьте концепты элементов идентичности партийно-политического бренда: имя бренда, слоган, схему графического решения визуализации бренда, предложения по размещению визуальных атрибутов бренда на различных носителях.
3. Составьте проект технического задания на создание имиджевого сайта о политическом деятеле.
4. Подготовьте мастер-план концепции избирательной кампании кандидата, планирующего избраться по одномандатному избирательному округу в региональный законодательный орган.

Полный перечень теоретических вопросов и практических заданий в форме утвержденного комплекта экзаменационных билетов хранится на выпускающей кафедре.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится

путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.

Приложение 1

Пример типовой формы билета аттестационного испытания



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический
университет» (ПНИПУ)

42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
профиль «Связи с общественностью и
реклама»
Кафедра «Иностранные языки и связи с
общественностью»

Дисциплина
«Политология и политический
консалтинг»

БИЛЕТ № 1

1. Предмет и задачи политологии. Основные разделы и отрасли политических наук.
Теоретический вопрос (*знать*)

2. Составьте план исследования политических предпочтений социальной группы.
Практическое задание (*уметь*)

3. Составьте программу оценки эффективности действующего персонального бренда политического деятеля.
Практическое задание (*владеть*)

Заведующий кафедрой ИЯСО _____ С.С. Шляхова
(подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

**Типовые ситуационные задания и кейсы
для проверки умений и владений**

1. Составьте план исследования политических предпочтений социальной группы.
2. Составьте программу имиджевого позиционирования политического деятеля с учетом имеющейся концепции его персонального бренда города, признанной относительно эффективной.
3. Составьте медиаплан имиджевого продвижения кандидата в депутаты региональной легислатуры в СМИ и социальных медиа.
4. Составьте программу оценки эффективности действующего персонального бренда политического деятеля.
5. Составьте проект технического задания на создание имиджевого сайта о политическом деятеле.
6. Составьте медиаплан рекламной кампании по продвижению бренда политического лидера.
7. Составьте медиаплан рекламной кампании по продвижению персонального бренда вашего заказчика (бизнесмена/ общественного деятеля/ звезды шоу-бизнеса) посредством каналов политической коммуникации.
8. Подготовьте план разработки концепции политического бренда партии.
9. Подготовьте концепты элементов идентичности партийно-политического бренда.
10. Подготовьте план проведения пресс-конференции в интересах политического лидера..
11. Подготовьте PR- и рекламный тексто-графический контент для имиджевого продвижения политического лидера в СМИ.
12. Подготовьте PR- и рекламный тексто-графический контент для имиджевого продвижения регионального отделения политической партии в СМИ.
13. Подготовьте PR- и рекламный тексто-графический контент для проведения запланированного предвыборного митинга и дальнейшего его освещения в СМИ и социальных медиа.
14. Подготовьте мастер-план концепции избирательной кампании кандидата.
15. Подготовьте специальный выпуск агитационно-информационной газеты предвыборного штаба кандидата.