

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



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 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"> <li>Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам</li> <li>Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психологию и социологию восприятия рекламно-политического контента</li> </ul>	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"> <li>применять качественные и количественные маркетинговые, социологические и медийные исследования в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам;</li> <li>использовать техники сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации;</li> </ul>	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"> <li>• Проведения и интерпретации качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам;</li> <li>• сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации с учетом психологии и социологии восприятия рекламно-политического контента</li> </ul>	<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"> <li>• Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам</li> <li>• Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психологию и социологию восприятия рекламно-политического контента</li> <li>• Принципы организации рекламно-политического текста, приемы копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов,</li> </ul>	<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"> <li>Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам</li> <li>Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психологию и социологию восприятия рекламно-политического контента</li> <li>Принципы организации рекламно-политического текста, приемы копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию</li> </ul>	<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"> <li>Проведения и интерпретации качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам;</li> <li>сегментирования</li> </ul>	<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"> <li>• копирайтинга, рерайта, редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию</li> </ul>		

### 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
<b>ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR И ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА</b>				
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
<b>1. Основная литература</b>		
1	Стегний В. Н. Политология : учебное пособие / В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2011.	81
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
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
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=1257">http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=1257</a>	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.	<a href="http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=3898">http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=3898</a>	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	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>

## **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*

<b>Направление подготовки:</b>	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Связи с общественностью и реклама
<b>Квалификация выпускника:</b>	Бакалавр
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Иностранные языки и связи с общественностью
<b>Форма обучения:</b>	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
<b>Усвоенные знания</b>						
<b>З.1.</b> Особенности применения качественных и количественных маркетинговых, социологических и медийных исследований в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам		ТО				ТВ
<b>З.2.</b> Техники сегментирования целевых аудиторий в рамках политической коммуникации, психология и социология восприятия рекламно-политического контента		ТО				ТВ
<b>З.3.</b> 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
<b>Освоенные умения</b>						
<b>У.1.</b> Применять качественные и количественные маркетинговые, социологические и медийные исследования в целях повышения доверия к общественно-политическим, государственным институтам и политическим акторам				КЗ		ПЗ
<b>У.2.</b> Использовать техники сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации				КЗ		ПЗ
<b>У.3.</b> Использовать приемы копирайтинга, рерайта,				КЗ		ПЗ

редактирования и корректуры рекламно-политических текстов и медиатекстов, нацеленных на решение задач по политическому имиджированию						
<b>Приобретенные владения</b>						
<b>В.1.</b> 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
<b>В.2.</b> Сегментирования целевых аудиторий политической коммуникации с учетом психологии и социологии восприятия рекламно-политического контента				КЗ		ПЗ
<b>В.3.</b> 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 бланчного 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 рекламного-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.