

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
по выполнению практических работ по дисциплине
«ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR»

для студентов направления подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)
PR в государственных и бизнес-структурах

Ставрополь, 2026 г.

Введение

Методические указания к практическим занятиям студентов по дисциплине «политическая реклама» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Цель изучения дисциплины «Политический PR» – выработка целостного представления о месте и роли политической рекламы в конструировании политических дискурсов, понимание их назначения в политической коммуникации и формирование на этой основе теоретико-методологической культуры анализа символической природы политических явлений и процессов. Курс позволяет овладеть практическими навыками применения базовых аналитических методик понимания и оценки эффективности технологии политического позиционирования факторов и процессов политической системы.

Образовательные задачи курса:

Воспитательные задачи:

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение отдельных разделов и тем рабочей программы.

Курс рассчитан на один семестр (5) и включает лекции (18 часов), практические занятия (18 часов), самостоятельную работу (72 часа). Отчетность: зачет с оценкой в 5 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.– **ПК-8**;

ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.– **ПК-11**

ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий;

ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств.

Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.– **ПК-12**.

ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий

ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ИД-3 ПК-1 Владеет тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций. – **ПК-17.**

ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций.

ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.

ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1

Тема: Государственный внутривнутриполитический PR как механизм социальной стабилизации

Цель: изучить политический PR как объект исследования

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Динамика внешнеполитического политического PR в постперестроечный период.
2. Геополитические цели государства и внешнеполитический политический PR.
3. Государственный внутривнутриполитический PR как механизм социальной стабилизации.

Теоретическая часть

Разновидности политического публичных отношений и его разновидности на конкретных примерах. Геополитические цели государства и внешнеполитический политический PR. Государственный внутривнутриполитический PR как механизм социальной стабилизации.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 542 с. – (Актуальная психология). То же

[Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>

2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754

3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 2

Тема: Субъект политического PR

Цель: изучить субъект политического PR

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Суть отличия PR-деятельности в системе политического управления от PR-деятельности в бизнес-управлении
2. Субъект политического PR
3. Структура политического PR – рынка.

Теоретическая часть

Государственный внутриполитический PR как механизм социальной стабилизации. Суть отличия PR-деятельности в системе политического управления от PR-деятельности в бизнес-управлении. Субъект политического PR. Структура политического PR – рынка.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический

университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 3

Тема: Суть асимметричной коммуникации в системе «власть – государственные СМИ»

Цель: изучить суть асимметричной коммуникации в системе «власть – государственные СМИ»

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Суть асимметричной коммуникации в системе «власть – государственные СМИ»
2. Контакты с независимыми изданиями и ТВ-каналами

3. Проблемы при доступе журналистов к информации о деятельности органа государственной власти

Теоретическая часть

Структура политического PR – рынка. Суть асимметричной коммуникации в системе «власть – государственные СМИ». Контакты с независимыми изданиями и ТВ-каналами. Проблемы при доступе журналистов к информации о деятельности органа государственной власти.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 542 с. – (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 127 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754>
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». – Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. – 83 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 4

Тема: Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века

Цель: изучить государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности
2. PR- научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия
3. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века

Теоретическая часть

Актуальное понятие PR, их место и функция в государственной и рыночной деятельности. PR- научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия. Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 5

Тема: PR в универсальной коммуникационной системе

Цель: изучить PR в универсальной коммуникационной системе

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. RACE - глобальный подход к PR
2. PR в универсальной коммуникационной системе
3. Прикладной подход к организации проектной деятельности

Теоретическая часть

Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века. RACE - глобальный подход к PR. PR в универсальной коммуникационной системе. Прикладной подход к организации проектной деятельности.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 6

Тема: Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса

Цель: изучить кампании по персональному PR: контекст общественного статуса

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Кампании по продвижению территорий
2. Кампании по продвижению организаций
3. Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса

Теоретическая часть

Прикладной подход к организации проектной деятельности. Кампании по продвижению территорий. Кампании по продвижению организаций. Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 542 с. – (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 127 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754>
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический

университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 7

Тема: Политические PR-кампании

Цель: изучить политические PR-кампании

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Кампании по информированию
2. Кампании по образованию
3. Кампании по вовлечению

Теоретическая часть

Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса. Кампании по информированию. Кампании по образованию. Кампании по вовлечению.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 8

Тема: Политические PR-кампании

Цель: изучить политические PR-кампании

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение политического PR позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Кампании по нейтрализации
2. Доктринальные кампании
3. «Декампанизация»

Теоретическая часть

Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса. Кампании по информированию. Кампании по образованию. Кампании по вовлечению. Кампании по нейтрализации. Доктринальные кампании. «Декампанизация».

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Тема: Правовые механизмы противодействия манипуляциям в политическом PR

Цель: Рассмотреть правовые механизмы противодействия манипуляциям в политическом PR

Формируемая компетенция: ПК-8; ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8; ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11, ПК-12. ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12, ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17.

Актуальность темы: изучение правовых механизмов противодействия манипуляциям позволит студентам получить базовые знания о структуре политического PR и поможет в дальнейшем участвовать в создании различного рода коммуникационных мероприятий в политической сфере.

Вопросы и задания:

1. Манипулирование
2. Политические технологии манипулирования
3. Механизм формирования и воспроизводства политических элит посредством PR

Теоретическая часть

Политическое манипулирование: концептуализация политологического пространства исследования. Теоретические аспекты исследования механизмов легитимации технологий политического манипулирования. Специфика легитимации технологий политического манипулирование в условиях развития информационно-коммуникативных технологий: методологический конструкт политологического исследования. Манипулятивные технологии институционализации механизма формирования и воспроизводства политических элит в постсоветской России. Институциональный кризис в системе государственной защиты субъектов российского демократического транзита и политические манипуляции: корреляционный анализ. Механизмы и технологии противостояния политическому манипулированию и его ограничению в сфере этноконфессиональных отношений/

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754>
3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Методические указания

**для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы
по дисциплине
«ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR»**

**для студентов направления подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)
PR в государственных и бизнес-структурах**

Ставрополь, 2026

1. Введение

Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Политический PR» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Основной формой работы студента является не только работа на лекции, изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, но и практические занятия, которые позволят глубоко проникнуть в суть рассматриваемой проблемы. Но для успешной учебной деятельности, ее интенсификации необходимо учитывать следующие субъективные факторы:

1. Знание программного материала, наличие прочной системы знаний, необходимой для усвоения основных дисциплин, предусмотренных программой.

2. Наличие выработанных умений, навыков умственного труда:

а) умение делать глубокий, обстоятельный анализ при работе с книгой, Интернет-источниками;

б) владение логическими операциями: сравнение, анализ, обобщение, определение понятий, правила систематизации и классификации.

3. Специфика познавательных психических процессов: внимание, память, речь, наблюдательность, интеллект и мышление.

4. Хорошая работоспособность, которая обеспечивается нормальным физическим состоянием.

5. Соответствие избранной деятельности, профессии индивидуальным способностям. Необходимо выработать умение саморегулировать свое эмоциональное состояние и устранять обстоятельства, нарушающие деловой настрой, мешающие намеченной работе.

6. Овладение оптимальным стилем работы, обеспечивающим успех в деятельности.

7. Уровень требований к себе, определяемый сложившейся самооценкой.

Адекватная оценка знаний, достоинств, недостатков – важная составляющая самоорганизации человека, без нее невозможна успешная работа по управлению своим поведением, деятельностью.

По наблюдениям исследователей педагогов, одна из основных особенностей обучения заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Политический PR» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая в аудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, с его непосредственным участием.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующих компетенций:

Использует основные маркетинговые инструменты при планировании

производства и (или) реализации коммуникационного продукта. – **ПК-8**;

ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. – **ПК-11**

ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий;

ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;

ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств.

Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. – **ПК-12**.

ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий

ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

ИД-3 ПК-1 Владеет тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций. – **ПК-17**.

ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций.

ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.

ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Политическая реклама»

- 1) учебным материалом по дисциплине;
- 2) научной информацией, актуальными исследованиями в области массовой коммуникации;
- 3) эмпирическими данными, получаемыми в ходе экспериментальных исследований;
- 4) методологическими подходами современных исследований;

5) конкретными методами и методиками.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
	5 семестр		
1.	Политический PR как объект исследования	Конспект	8
2.	Государственный внутривнутриполитический PR как механизм социальной стабилизации	Конспект	8
3.	Субъект политического PR	Конспект	8
4.	Суть асимметричной коммуникации в системе «власть – государственные СМИ»	Конспект	8
5.	Государственный PR в контексте мировых и российских социально-экономических реалий XXI века	Конспект	8
6.	PR в универсальной коммуникационной системе	Конспект	8
7.	Кампании по персональному PR: контекст общественного статуса	Конспект	8
8.	Политические PR-кампании	Конспект	8
9.	Правовые механизмы противодействия манипуляциям в политическом PR	Конспект	8
	Итого		72 ч.

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

Список конспектов

- Кузнецов, П.А.. Политическая реклама. Теория и практика: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама, «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 127 с.

- Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед – М.: Юрайт, 2016. – 384 с. ISBN 978-5-9916-3077-1

- Лисовский, С.Ф. Политическая реклама / С.Ф. Лисовский. – М.: ИВЦ

«Маркетинг», 2000. – 256 с.

- Гринберг, Т. Э.: Политические технологии PR и реклама. - М.: Аспект Пресс, 2006.
- Гринберг, Т. Э.: Политические технологии PR и реклама. - М.: Аспект Пресс, 2006
- Катернюк, А. Практическая реклама / А Катернюк. – М.: Феникс, 2015. – 155 с.

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Целью теоретической части является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных слушателем в процессе прослушивания лекций, самостоятельного изучения материала согласно рабочей программе курса «Политический PR». Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование — это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование – процесс аналитически-синтетической обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объем

первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Виды самостоятельной работы: подготовка к практическим и семинарским занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к зачету.

Формы самостоятельной работы: – письменная (конспектирование), письменно-устная (написание конспектов с последующим выступлением), устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: – оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

6. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций:

Перечень основной литературы:

1. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов : [16+] / А.А. Казаков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 126 с. : табл., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9922-5. – DOI 10.23681/498856. – Текст : электронный.
2. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884> (дата обращения: 11.04.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный

Перечень дополнительной литературы:

1. Гуревич, П.С. Политическая психология : учебное пособие / П.С. Гуревич. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 542 с. - (Актуальная психология). То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116756>
2. Кузнецов, П.А. Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие / П.А. Кузнецов. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 127 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01830-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754

3. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 83 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1383-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU