

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры маркетинга и
рекламы

Протокол от «17» февраля 2020 г.

№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.01 GR-стратегии в медиабизнесе

Направление подготовки

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

"Управление рекламным и медиабизнесом"

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очно-заочная

Год набора - 2020

Москва, 2020 г.

Автор–составитель:

Д.В. Фунтов

И.о. заведующего кафедры маркетинга и рекламы, к.э.н, доцент Сяглова Ю.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «GR-стратегии в медиабизнесе» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.1	Способность использования новых и конвергентных медиа для осуществления эффективной рекламной деятельности и обеспечение креативной составляющей в рекламной, PR деятельности, в условиях быстроменяющейся среды

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
<p><u>ПС-11.005</u></p> <p>В/01.7 - руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ;</p> <p>В/02.7 - оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов;</p> <p>В/03.7 - организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи;</p> <p>В/04.7 - продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ</p> <p>Профессиональные действия:</p> <p>Сегментация коммуникационных целей по целевым группам.</p> <p>Формулирование целевых параметров контента.</p>	ПК-2.1	<p>на уровне знаний:</p> <p>основные варианты GR профессиональных стратегий экономических субъектов, действующих на рынке;</p> <p>на уровне умений:</p> <p>анализировать и систематизировать основные факторы, оказывающие влияние на появление и развитие GR профессиональных стратегий;</p> <p>на уровне навыков:</p> <p>выделение основных проблем организационной деятельности и выбор оптимального варианта; разработка эффективной GR кампании.</p>

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Всего
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		30
лекционного типа (Л)		12
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		
практического (семинарского) типа (ПЗ)		18
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		42
Промежуточная аттестация	форма	зачет
	час.	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		72/2

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «GR-стратегии в медиабизнесе» изучается во 2 семестре очно-заочной формы обучения в соответствии с учебным планом. Общая трудоемкость дисциплины – 2 зачетные единицы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: Б1.В.ДВ.01.01 «Теория и история массовых коммуникаций», Б1.В.02 «Управленческая экономика».

Входной уровень подготовки предполагает наличие базовых знаний по интегрированным маркетинговым коммуникациям, планированию и реализации кампаний по рекламе и СО, методам исследования в менеджменте, теории организации и организационного поведения, психологии рекламы.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/ п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Система политических коммуникаций.	7	1		2		4	Д
2	Лоббизм.	7	1		2		4	ДЗ
3	Технологии лоббирования.	8	2		2		4	ДЗ
4	GR. Понятие. Терминология.	7	1		2		4	ДИ, ДЗ
5	GR. Система взаимодействия.	7	1		2		4	КИ, ДЗ
6	Общественные объединения.	9	1		2		6	Д
7	GR технологии.	9	2		3		4	Р
8	Использование СМИ в	8	1		1		6	Д

	GR деятельности. Стратегическое планирование							
9	Организация отдела GR медиапредприятия.	10	2		2		6	Д
Промежуточная аттестация								зачет
Всего:		72	12		18		42	

Примечание:

* формы текущего контроля успеваемости: реферат (Р), домашнее задание (ДЗ), доклад (Д), деловая игра (ДИ), командная игра (КИ).

Содержание дисциплины

№ п/ п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1	Система политических коммуникаций.	Политическая реклама. PR. Агитация. Пропаганда. Имидж. GR.
2	Лоббизм.	Понятие. Система взаимодействия.
3	Технологии лоббирования.	Технологии общественного воздействия. Технологии персонального воздействия. Модели отношений в сфере лоббизма.
4	GR. Понятие. Терминология.	Цели и задачи. Различия. Общественное отношение.
5	GR. Система взаимодействия.	Субъекты и объекты. Уровни и характеристики.
6	Общественные объединения.	Общественные объединения. Саморегулируемые организации. Отраслевая GR-деятельность в медиабизнесе. Законодательное регулирование лоббизма. Общественное отношение.
7	GR-технологии.	Прямое воздействие. Экспертные сообщества. Корпоративная социальная ответственность. Неэтичные GR-технологии.
8	Использование СМИ в GR-деятельности. Стратегическое планирование.	Организация информационных потоков. Концентрация целевых сообщений. Основные технологии. Особенности использования новых медиа для решения GR задач. Социальные сети. Использование других политических коммуникаций при построении GR стратегии. Решение смежных задач.
9	Организация отдела GR-медиапредприятия.	Цели и задачи. Структура. Этапы процесса. Планирование деятельности.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: метод проблемного изложения, фронтальные и комбинированные опросы;
- при проведении занятий семинарского типа: рефераты, доклады, домашнее задание; деловая и командная игра.

4.1.2. Зачет проводится в виде устного собеседования и выполнения практического задания.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Контрольные задания

Темы рефератов и докладов

1. Как избежать неудач и неоправданных расходов для осуществления GR-коммуникаций и политических технологий
2. Различия интересов предприятия и органов государственного управления при разработке и реализации GR-коммуникаций и политических технологий.
3. Виды стратегий коммуникативной поддержки GR-коммуникаций и политических коммуникаций.
4. Как сформировать эффективную организационную поддержку GR коммуникаций в медиа бизнесе
5. Технология осуществления GR-коммуникаций в малобюджетных предпринимательских структурах реального сектора экономики.
6. Технология осуществления GR-коммуникаций и политических технологий в перспективной деятельности современных ТНК.
7. Технология формирования и развития веб-сайта с учетом необходимости его использования для осуществления GR-коммуникаций и политических коммуникаций.
8. Оценка эффективности разработки и реализации GR-коммуникаций предпринимательской структуры, общественной организации, государства.
9. Деятельность GR службы в медиа холдинге.
10. Исследования в современной GR-деятельности медиа корпораций.
11. GR-деятельность масс медиа в социальных сетях.
12. Оценка публичным выступлениям и качеству спичрайтинга различных политиков или представителей государственных структур в рамках, реализуемых GR-кампаний и осуществляемых политических технологий.

Домашние контрольные задания:

Тема 1. Система политических коммуникаций.

1. Примеры GR-коммуникаций и реализации политических технологий из Российской и мировой практики: интерес предпринимательских структур, общества и органов государственного управления как необходимое условие устойчивого социально-экономического развития.
2. Оперативные цели при разработке GR-коммуникаций и реализации политических технологий.
3. Что такое GR и его отличие от других видов общественных коммуникаций.
4. Взаимосвязь уровней коммуникаций во власти и уровней проблем предпринимательской структуры, общества и государства.

Тема 2. Лоббизм.

1. Зачем нужна стратегия разработки и реализации GR-коммуникаций,

политической коммуникации и стоит ли тратить на нее время и средства. Что можно и нужно делегировать подчиненным, и чего - нельзя.

2. Региональный GR.
3. Психологические особенности власти региона.
4. Спектр возможных коммуникаций с региональной властью.
5. Деловые коммуникации с представителями региональной власти.

Тема 3. Технологии лоббирования.

1. Федеральный GR
2. Психологические особенности федеральной власти.
3. Спектр возможных коммуникаций с федеральной властью.
4. Деловые коммуникации с представителями федеральной власти.
5. Международный GR

Тема 4. GR. Понятие. Терминология.

1. Взаимосвязь уровней коммуникаций во власти и уровней проблем предпринимательской структуры, общества и государства.
2. Уровни GR -коммуникации.
3. Изменение внешних условий построения GR -коммуникаций и реализации политических технологий в условиях современного кризиса.
4. Политические партии и их роль в построении GR- коммуникаций.
5. Общественные организации и их роль в построении GR коммуникаций.
6. Муниципальный GR

Тема 5. GR. Система взаимодействия.

1. Годовой цикл GR-деятельности.
2. Особенности GR в непубличных компаниях
3. Стратегия повышения информационной открытости.
4. Информационная поддержка.
5. Консультации по работе с СМИ в рамках построения GR-коммуникаций.
6. Адресная GR-компания среди партнеров (в координации с внешними консультантами)
7. Подготовка независимого аналитического исследования
2. Подписка на базу данных для GR-службы

Тема 6. Общественные объединения.

1. Правовые и этические основы GR и политических технологий;
2. Социологический анализ в структуре GR-исследований
3. Информационный аудит и составление медиапортрета целевой аудитории GR-кампаний
4. РАСО и его деятельность

Тема 7. GR-технологии.

1. Способы оценки эффективности, осуществления GR-коммуникаций и реализации политических технологий.
2. Раскрытие информации в контексте управления GR-коммуникациями
3. Основные принципы реализации политических технологий
4. Информационная политика
5. Положение об информационной политике
6. Комитет по информационной политике: российская и зарубежная практика.

Тема 8. Использование СМИ в GR-деятельности. Стратегическое планирование

1. Нестандартные методы осуществления GR-коммуникаций и политических технологий, в том числе формирование специальных групп взаимодействий.
2. Ключевые аудитории GR
3. Оценка эффективности GR-подразделения
4. Типичные ошибки GR.

Тема 9. Организация отдела GR-медиа предприятия.

1. Мониторинг и контроль результатов GR коммуникаций и реализации политических технологий по критериям достижения целей и задач поддержки предпринимательской структуры, общества и государства.
2. Разработка методологии непрерывного консультирование руководства предпринимательской структуры, общества и государства по тактике и стратегии управления GR коммуникациями и реализации политических технологий.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.1	Способность использования новых и конвергентных медиа для осуществления эффективной рекламной деятельности и обеспечение креативной составляющей в рекламной, PR деятельности, в условиях быстроменяющейся среды

4.3.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.1	Знание принципов функционирования рынка новых и конвергентных медиа, проведение анализа медийных проектов, измерение и оценка целевой аудитории. Умение классифицировать коммуникации и их основные виды. Знание структуры рынка комплекса маркетинговых	Освоены методы и концептуальные основы построения, поддержки функционирования и развития организаций как социально-экономических целостностей; средств и методов воздействия на организационные компоненты; самостоятельно анализирует процессы, протекающие в организациях; проектирует, конструирует

	коммуникаций поддержки брендов в России.	подсистемы организаций и организационные системы в целом; проводит цикл размещения рекламы в конвергентных медиа; выделяет основные проблемы организационной деятельности и выбирает оптимальный вариант; разрабатывает эффективную рекламную кампанию и оценивает долю бюджета на размещение рекламы в информационных пространствах интернета и мобильных приложениях
--	--	--

4.3.3. Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

При ответе на вопрос сформулируйте и обоснуйте свою позицию, и при возможности поясните на конкретных примерах, защита домашнего задания из п.4.2.

1. Назовите политические коммуникации. Назовите различия между ними.
2. Раскройте понятие лоббизма, цели и задачи.
3. Назовите модели лоббизма и их отличия.
4. Расскажите о законодательном регулировании лоббизма. За рубежом. В России.
5. Общественное отношение к лоббистской деятельности.
6. Лоббизм и GR. Сходство и различия. Наименования деятельности.
7. PR как политическая коммуникация.
8. Пропаганда как политическая коммуникация.
9. Имидж как политическая коммуникация.
10. GR определение. Вид и сфера деятельности.
11. GR технологии. Прямое воздействие.
12. GR технологии. Корпоративная социальная ответственность.
14. GR технологии. Экспертная поддержка.
15. Структура GR отдела предприятия. Связи с другими направлениями.
16. GR технологии. Организация информационных потоков.
17. GR технологии. Концентрация целевых сообщений.
18. Использование СМИ в GR деятельности.
19. Использование политических коммуникаций в GR-деятельности.
20. «Новые медиа» в GR- деятельности. Особенности использования.
21. Социальные сети в GR-деятельности. Эффективность и риски.

Шкала оценивания

Оценка	Требования к знаниям
<i>зачтено</i>	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он

	<p>продемонстрировал:</p> <p>на уровне знаний:</p> <p>методы и концептуальные основы построения, поддержки функционирования и развития организаций как социально-экономических целостностей;</p> <p>средства и методы воздействия на организационные компоненты;</p> <p>интерактивные технологии, конвергентная служба рекламы; рынки медиаструктур;</p> <p>на уровне умений:</p> <p>самостоятельно анализировать процессы, протекающие в организациях;</p> <p>проектировать, конструировать подсистемы организаций и организационные системы в целом;</p> <p>проводить цикл размещения рекламы в конвергентных медиа;</p> <p>на уровне навыков:</p> <p>выделение основных проблем организационной деятельности и выбор оптимального варианта;</p> <p>разработка эффективной рекламной компании и оценки доли бюджета на размещение рекламы в информационных пространствах интернета и мобильных приложениях.</p>
<i>не зачтено</i>	<p>Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который:</p> <ul style="list-style-type: none"> - не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы (как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине); - в семестре студент не выполнил положенного объема самостоятельной работы, систематически пропускал занятия, ответ носит фрагментарный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки доклада:

- степень усвоения студентом понятий и категорий по теме доклада;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы;
- правильность и аккуратность оформления.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающегося.

Успешное освоение курса «GR стратегии в медиабизнесе» предполагает активное, творческое участие обучающихся во всех формах учебных занятий, определенных для данной дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебных материалов, интернет-ресурсов; выполнение домашних контрольных заданий, подготовка реферата, по одной из тем курса, подготовка доклада в форме устного сообщения по теме реферата.

Для успешного усвоения данной дисциплины обучающийся должен:

- прослушать курс лекций по данной дисциплине
- выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях
- выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя
- подготовить доклад
- подготовить реферат.

Методические рекомендации по освоению лекционного материала.

Лекция является для обучающегося важной формой теоретического освоения конкретной темы или вопроса дисциплины. На лекциях обучающиеся получают самые актуальные и необходимые данные по конкретным темам изучаемой дисциплины, во многом дополняющие учебники и учебные пособия, а иногда даже их заменяющие.

Работа на лекции является очень важным видом студенческой деятельности для изучения дисциплины. Умение студента сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения является неперенным условием их глубокого и прочного усвоения профессиональных компетенций, на которые нацелена дисциплина.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Это должно быть сделано самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями: "важно", "особо важно", "хорошо запомнить" и т.п. или подчеркивать красной ручкой. Целесообразно разработать собственную символику, сокращения слов, что позволит сконцентрировать внимание студента на важных сведениях.

Прослушивание и запись лекции можно производить при помощи современных устройств (диктофон, ноутбук, смартфон и т.п.).

Для удобства восприятия теоретического материала каждая лекция сопровождается электронной презентацией, которая по окончании занятия пересылается обучающимся в электронной форме.

Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор, в том числе нормативно-правовые акты соответствующей направленности. Именно такая серьезная работа на лекциях и с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями и сформировать профессиональные компетенции.

При проработке лекционного материала следует иметь в виду, что в лекциях раскрываются наиболее значимые положения и идеи дисциплины, комплексное формирование необходимых компетенций происходит в ходе практических занятий и самостоятельной работы над учебным материалом.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям.

Для успешного усвоения дисциплины «GR стратегии в медиабизнесе» обучающийся должен систематически готовиться к семинарским занятиям. Для этого необходимо:

1. Познакомиться с планом семинарского занятия;
2. Изучить соответствующие вопросы в конспекте лекций и раздаточном материале;
3. Ответить на вопросы, вынесенные на обсуждение;
4. Систематически выполнять задания преподавателя, предлагаемые для выполнения во внеаудиторное время.

В ходе семинарских занятий студенты под руководством преподавателя могут рассмотреть различные точки зрения специалистов по обсуждаемым проблемам. Продолжительность подготовки к семинарскому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе, то есть примерно 3-4 часа в неделю. Семинарские занятия по дисциплине «Новые и конвергентные медиа» могут проводиться в различных формах:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме семинарского занятия;
- письменные ответы на вопросы преподавателя;
- выполнение практических заданий в подгруппах
- групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя;
- заслушивание и обсуждение докладов;
- выполнение тестовых заданий;

Подготовка к семинарским занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Для получения более глубоких знаний обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с источниками в Интернет (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Методические рекомендации по написанию реферата.

Реферат является самостоятельной практической работой студента. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины. Данный вид работы индивидуален и самостоятелен. Не допускается прямое заимствование материалов из каких-либо источников без ссылок на них.

Текст работы должен быть написан литературным языком в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman, для заголовков допускается использование шрифта Arial. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы

справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен быть представлен в устной форме. Структура доклада включает:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;
- намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Обучающиеся обязаны посещать все предусмотренные учебным планом занятия и присутствовать на всех мероприятиях текущего контроля успеваемости, предусмотренных рабочей программы дисциплины.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть

занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета. В таком случае вопросы к зачету и практическое задание выбираются самим преподавателем.

Самостоятельное изучение тем дисциплины

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Функции GR в политической сфере.
2. Роль GR-технологий в контексте формирования национальной идеологии.
3. Национальные традиции и политическая корректность.
4. GR-менеджер (политехнолог) как профессия.
5. GR-кампании (виды, стратегии, тактики).
6. GR-технологии в предвыборной кампании.
7. Стратегии и тактики предвыборной борьбы в РФ.
8. Признаки успешной GR-кампании.
9. Этапы формирования имиджа кандидата.
10. Имиджеология: теория и практика.
11. Приемы формирования имиджа кандидата.
12. Каналы коммуникации и работа со СМИ.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии. Аспект Пресс 2012. <http://www.iprbookshop.ru/8969>
2. Чумиков А.Н. Медиарилейшинз. – М.: Аспект Пресс, гриф УМО, 2014 <http://www.iprbookshop.ru/21062.html>

3. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика: учебное пособие / Л.В. Минаева. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 287 с. — ISBN 978-5-7567-0585-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8971.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004922-9 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=254819>
2. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-006212-9, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368021>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Матвейчев О. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. СПб.: Изд-во «Питер». 2013 г., цифровая книга.
2. Сушинский С. Лоббирование от «А» до «Я». М.: Изд-во «Феникс». 2015 г., 270 стр.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»// СПС «Консультант-Плюс».
2. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 24.11.2014) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»// СПС «Консультант-Плюс».
3. Федеральный закон от 10.01.2002 № 1-ФЗ "Об электронной цифровой подписи" // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 2
4. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ "О персональных данных" // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. – № 31.

6.5. Интернет-ресурсы

1. www.articlekz.ru Техника информационного воздействия в конвергентных масс-медиа /портал Научные статьи
2. <http://www.yahoo.com/> - интернет-портал
3. <http://vk.com/feed> - социальная сеть Вконтакте
4. <https://www.linkedin.com/> - социальная научная сеть
5. <http://www.academia.edu/hiring/product> - социальная научная сеть
6. <http://www.bbc.com/> - новостной интернет-портал

6.6. Иные источники

1. Азарова Л.В., Ачкасова В.А., Иванова К.А., Кривоносов А.Д., Филатова О.Г. Ситуационный анализ в связях с общественностью. Серия: Учебник для вузов. СПб: Питер, 2009.
2. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. Серия: Вузовский учебник, М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2010.
3. Сагинова О.В., Скоробогатых И.И. и др. Интегрированные коммуникации. М.: Академия, 2014.
4. Федотова Л. Общественное мнение и журналистика. М.: Издательство МГУ, 2011.
5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование к рекламе, связях с общественностью и журналистике. М.: Дашков и Ко, 2011.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)

[EBSCO Publishing](#)

[eLIBRARY.RU](#)

[Emerging Markets Information Service](#)

[Google Scholar \(Google Академия\)](#)

[IMF eLibrary](#)

[JSTOR](#)

[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)

[OECD iLibrary](#)

[Oxford Handbooks Online](#)

[Polpred.com ОбзорСМИ](#)

[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)
[SCOPUS](#)
[Web of Science](#)
[Wiley Online Library](#)
[WorldBankElibrary](#)
[Архивы научных журналов NEICON](#)
[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)
[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)
[ЭБС Издательства "Лань"](#)
[ЭБС Юрайт](#)
[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников».](#)