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

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
(наименование института (факультета))
Кафедра государственного управления и менеджмента
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО
Директор Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС

Парамонов Александр Васильевич
Подписано цифровой подписью: Парамонов Александр Васильевич
Дата: 2024.07.01 16:04:55 +03'00'

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

«Избирательный процесс и парламентская деятельность»
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, реализуемой с применением электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ.05.02 Медийное и PR сопровождение избирательной кампании
(индекс и наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.04.04 Государственное и муниципальное управление
(код и наименование направления подготовки)
Очно-заочная
(форма обучения)

Год набора – 2024

Нижний Новгород, 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы....4

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы....4

3. Содержание и структура дисциплины....5

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся....6

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине....9

6. Методические материалы для освоения дисциплины....14

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет....16

7.1. Основная литература....16

7.2. Дополнительная литература....17

7 .3. Нормативные правовые документы....17

7.4. Интернет-ресурсы....18

7.5. Иные источники....18

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы....18

Авторы-составители:

Заведующий кафедрой государственного управления и менеджмента, канд.экон.наук, доцент *(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры)*	Е.Е. Егоров *(Ф.И.О.)*
Доцент кафедры государственного управления и менеджмента, канд.пед.наук, доцент *(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры)*	Т.Е. Лебедева *(Ф.И.О.)*
Заведующий кафедрой государственного управления и менеджмента, канд.экон.наук, доцент *(ученая степень и(или) ученое звание, должность, наименование кафедры)*	Е.Е. Егоров *(Ф.И.О.)*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 Медийное и PR сопровождение избирательной кампании одобрена на заседании кафедры государственного управления и менеджмента.

Протокол от 29 февраля 2024 г. № 6.

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 Медийное и PR сопровождение избирательной кампании обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования на основе самооценки	УК-6.2	Способен выбирать и использовать инструменты непрерывного образования с целью развития своих профессиональных компетенций и социальных навыков на основе современных научных методик
ПКр-9	Способен представлять официальную информацию о деятельности органа власти, государственной или муниципальной организации при взаимодействии с государственными, некоммерческими, хозяйственными организациями и физическими лицами	ПКр-9.1	Способен применять методы сбора, обработки и анализа информации для осуществления профессиональной деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Медийное и PR сопровождение избирательной кампании» является дисциплиной по выбору блока Б1 и в соответствии с учебным планом осваивается на 2 курсе, общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах – 3 (108 академических часов /81 астрономический час).

Освоение дисциплины опирается на объем теоретических знаний в области деловых коммуникаций в профессиональной сфере, организации избирательной кампании.

Дисциплина реализуется после изучения:

Б1.В.04 Организация избирательной кампании.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; форма (ы) промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом:

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Всего
Очно-заочная форма обучения		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		*12*
лекционного типа (Л)		*6*
практического (семинарского) типа (ПЗ)		*6*
консультация		
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		92
Промежуточная аттестация	форма	*Зачет*
	час.	*4*
	Общая трудоемкость (час. / з.е.)	*108/3*

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Таблица 2.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очно-заочная форма обучения								
Тема 1	Избирательный процесс и избирательная кампания. Структура современного информационного рынка.	17	1		1		15	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 2	PR в системе маркетинговых коммуникаций в избирательных (политических) кампаниях	17	1		1		15	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 3	Целевые аудитории PR в избирательной (политической) коммуникации	17	1		1		15	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 4	Медиастратегии в избирательной кампании	17	1		1		15	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 5	Продвижение и корректировка имиджа политика в ходе избирательной кампании	18	1		1		16	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Тема 6	Роль и место СМИ в реализации предвыборной кампании.	18	1		1		16	Дискуссия, заслушивание докладов, решение практических заданий
Промежуточная аттестация		4						Зачет
Всего (в з.е./акад.часах/астр.часах):		**3/108/ 81**	**6/4,5**		**6/4,5**		**92/69**	**4/3**

Примечание:

** – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;*

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Избирательный процесс и избирательная кампания. Структура современного информационного рынка.

Понятие «избирательная кампания». PR-технологии в избирательной кампании. Правовое регулирование PR- деятельности. Этапы избирательной кампании. Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России. Политическая

реклама в избирательных кампаниях 1989 – 1995 гг. Политические технологии в выборах 1996 – 1999 гг. Развитие политического PR в кампаниях. Структура современного информационного рынка

Тема 2. PR в системе маркетинговых коммуникаций в избирательных (политических) кампаниях

Основные понятия и категории политического маркетинга. Коммуникации политического маркетинга.

Тема 3. Целевые аудитории PR в избирательной (политической) коммуникации

Политические партии и объединения как субъект PR – деятельности в политических кампаниях. Электорат как аудитория паблик рилейшнз в политических кампаниях. Факторы, формирующие политический выбор. Представители СМИ как аудитория паблик рилейшнз в политической коммуникации.

Тема 4. Медиастратегии в избирательной кампании

Новостные события в политических кампаниях. Политические PR и реклама на телевидении. Политические PR и реклама в прессе. Интернет в политической коммуникации

Тема 5. Продвижение и корректировка имиджа политика в ходе избирательной кампании

Позиционирование как этап формирования имиджа. Типы позиционирования. Коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа. Технологии продвижения персональных качеств. Технологии продвижения социальных качеств. Технологии продвижения мифо-символических качеств. Перфоманс как элемент политического имиджирования.

Имидж конкурента. Дискредитационные технологии. Снижение имиджа конкурента –«партизанская атака», «фронтальная атака». Сущность, содержание. Управление содержанием сообщения.

Тема 6. Роль и место СМИ в реализации предвыборной кампании.

Составление раздаточного материала, «листовочная война»: виды и содержание печатной продукции.

Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при Медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Медийное и PR сопровождение избирательной кампании» используются следующие **методы текущего контроля успеваемости** обучающихся:

Таблица 3

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1. Избирательный процесс и избирательная кампания. Структура современного информационного рынка.	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 2. PR в системе маркетинговых коммуникаций в избирательных (политических) кампаниях	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 3. Целевые аудитории PR в избирательной (политической) коммуникации	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 4. Медиастратегии в избирательной кампании	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 5. Продвижение и корректировка имиджа политика в ходе избирательной кампании	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий
Тема 6. Роль и место СМИ в реализации предвыборной кампании.	Опрос/обсуждение, дискуссия/ доклад, решение практических заданий

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 1.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «избирательная кампания».
2. PR-технологии в избирательной кампании.
3. Правовое регулирование PR- деятельности.
4. Этапы избирательной кампании.
5. Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России.
6. Структура современного информационного рынка

Темы дискуссий/докладов по теме:

1. Политическая реклама в избирательных кампаниях 1989 – 1995 гг.
2. Политические технологии в выборах 1996 – 1999 гг.
3. Развитие политического PR в кампаниях.

Задание.

1. Индивидуальное задание: составьте блок-схему основных различий основных политических технологий, используемых в избирательных кампаниях в России.

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 2.

Вопросы семинарского занятия:

1. Основные понятия и категории политического маркетинга.
2. Коммуникации политического маркетинга.

Темы дискуссий/докладов по теме:

1. Политический маркетинг в России и зарубежом: сравнительный анализ.
2. Трансформация политического маркетинга в современных избирательных кампаниях

Задания.

1. Индивидуальное задание: Разработайте коммуникационную матрицу для избирательной кампании

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 3.

Вопросы семинарского занятия:

1. Политические партии и объединения как субъект PR– деятельности в политических кампаниях.
2. Электорат как аудитория паблик рилейшнз в политических кампаниях.
3. Факторы, формирующие политический выбор

Темы дискуссий/докладов по теме:

1. . Представители СМИ как аудитория паблик рилейшнз в политической коммуникации.
2. Кастомизация избирательной кампании: мифы и реальность

Задание.

1. Индивидуальное задание:

Используя сеть Интернет, найдите примеры значимости целевой аудитории (электората) в при разработке избирательной кампании.

2. Индивидуальное задание:

Используя сеть Интернет, подготовьте презентацию на тему «Политические коммуникации: яркие примеры»

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 4.

Вопросы семинарского занятия:

1. Новостные события в политических кампаниях.
2. Политические PR и реклама на телевидении.
3. Политические PR и реклама в прессе.
4. Интернет в политической коммуникации.

Задание.

1. Групповое задание

Разработка брифа PR-кампании в политике, разработка медиастратегии сопровождение избирательной кампании и публичная защита.

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 5.

Вопросы семинарского занятия:

1. Позиционирование как этап формирования имиджа.
2. Коммуникативные стратегии продвижения характеристик имиджа.
3. Технологии продвижения персональных характеристик политика.
4. Технологии продвижения социальных качеств политика.
5. Технологии продвижения мифо-символических качеств.
6. Дискредитационные технологии. Снижение имиджа конкурента

Темы дискуссий/докладов по теме:

1. Формирование имиджа с опорой на «идеальный образ»; использование социально психологических феноменов «контраста» и «подобия»; формирование «событийного ряда».

Задания.

1. Групповое задание.

Проследите PR-технологии, используемые в избирательных кампаниях Президентов РФ с 1996 г. по настоящее время: Б. Ельцин, В. Путина и Д. Медведева.

Выявить:

- какие PR-технологии использовались при построении избирательной кампании;
- какие трансформации имиджа каждого из президентов РФ можно проследить, как следствие использованных PR-технологий.

2. Индивидуальное задание.

Студентам необходимо составить имиджевую легенду кандидата «Х» на выборы Президента страны.

3. Индивидуальное задание

Проиллюстрируйте на примерах применение PR-технологии формирования «событийного ряда» при построении имиджа Президентов различных стран, оценить ее эффективность и дать свои рекомендации.

Материалы текущего контроля успеваемости по теме 6.

Вопросы семинарского занятия:

1. Составление раздаточного материала, «листовочная война»: виды и содержание печатной продукции.
2. Предвыборная реклама в СМИ.
3. Основы анализа при Медиапланировании.
4. Новостной менеджмент.
5. Взаимодействие с журналистами, методы работы.

Темы дискуссий/докладов по теме:

1. Виртуальная агитация

избирателей в период выборной кампании: плюсы и минусы.

2. Информационные войны в российской политике.

3. *Задания.*

Используя интернет-источники подготовьте аргументы и примеры для следующих высказываний

1. Раздаточный материал играет весомую роль в избирательной кампании
2. Коммуникативная особенность раздаточного материала: листовка, брошюра, анкета, и т.д.?
3. Спич-райтер и текст-райтер – политик без них не может сказать ни слова
4. Медиа-планирование в ЛДПР (яркие примеры).
5. Виртуальная агитация будущее избирательной кампании
6. Выборы уходят в SMM.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет проводится с применением следующих методов **(средств):** проведение тестирования и решение практико-ориентированных заданий, требующее демонстрации уровня владения умениями/навыками.

5.2.Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 4

Код компонента освоения компетенции	**Компонент освоения компетенции**	**Код промежуточного индикатора освоения компетенции**	**Промежуточный индикатор освоения компетенции**	**Критерий оценивания**
УК-6.2	Способен выбирать и использовать инструменты непрерывного образования с целью развития своих профессиональных компетенций и социальных навыков на основе современных научных методик	ИУК-6.2	Определяет свои образовательные потребности и способы совершенствования профессиональной деятельности на основе самооценки	Грамотно определяет возможности развития своей профессиональной карьеры и приоритеты собственной профессиональной деятельности.
ПКр-9.1	Способен применять методы сбора, обработки и анализа информации для осуществления профессиональной деятельности	ИПКр-9.1	Владеет приемами верификации и интерпретации информации с учетом текущих проблемам государственного и муниципального управления	Корректно проводит анализ и интерпретацию данных при решении конкретных практических задач связанных с проблемами государственного и муниципального управления

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету:

Примерные вопросы к зачету:

1. Основные понятия и категории избирательных технологий.

2. Основные способы привлечения ресурсов в политической коммуникации - агитация, пропаганда, реклама и связи с общественностью.

3. Понятие "избирательной кампании", ее характеристики и значение.

4. Виды избирательных кампаний: достоинства и недостатки.

5. Факторы, влияющие на выбор вида избирательной кампании.

6. Особенности избирательной кампании в российских условиях (региональный аспект).

7. Избирательные технологии как воплощение информационного воздействия.

8. Маркетинговые и не маркетинговые технологии в избирательных кампаниях.

9. Решение электоральных задач при использовании наработанных приемов организации и проведения избирательных кампаний.

10. Теоретическая и практическая роль "серых кардиналов" и лидеров мнений в ходе реализации избирательных технологий в рамках выборной кампании.

11.История создания профессионального рынка деятельности по организации и проведению избирательных кампаний.

12.Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.

13.Методы формирования ресурсов избирательной кампании.

14. Стратегия и тактика избирательной кампании.

15.Легенда кандидата.

16. Определение целей избирательной кампании.

17.Выделение целевых групп избирателей.

18.Гендерные и возрастные особенности голосования. Влияние социального окружения. Воздействие политический изменений на поведение избирателей.

19.Электоральное поведение в РФ, региональные особенности.

20. Определение темы избирательной кампании.

21.Разработка комплекса коммуникативных мероприятий.

22.Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний: шестиэтапная модель планирования и проведение кампании по RACE-формуле.

23.SWOT - анализ при выборе стратегии.

24.Предвыборная работа с элитами.

25.Разработка лозунга кампании: главная идея, воплощенная в лозунге, идеологемы для конструирования лозунга.

26.Общие правила и особенности составления биографии кандидата.

27.Предвыборные структуры, организация выборного штаба кандидата, типы и функции сотрудников штаба.

28.Составление паспорта округа. Методы выявление острых проблем электората.

29.Составление раздаточного материала, "листовочная война": виды и содержание печатной продукции.

30.Предвыборная реклама в СМИ: типы СМИ и их влияние на общественность. Основы анализа при медиапланировании.

31.Новостной менеджмент. Новость и акция - средства создания известности.

32.Взаимодействие с журналистами, методы работы.

33.Личные встречи кандидата с избирателями: формирования команды.

34.Агитационная работа в штабе: прием избирателей в общественной приемной, правила и особенности агитационных мероприятий по телефону.

35.Специфика, виды и примеры "грязных" избирательных технологий. Противодействие "грязным" избирательным технологиям.

36. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.

Тест

Вопрос 1:
Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:
Варианты ответа:
а) само -PR
б) государственный PR
в) PR-партии
г) GR «Government Relations»
Вопрос 2:
Органы местного самоуправления (муниципальные) в систему органов государственной власти:
Варианты ответа:
а) не входят
б) частично входят
в) частично не входят
г) входят
Вопрос 3:
В основе событийного PR лежит:
Варианты ответа:
а) сенсация
б) черный PR
в) новость
г) забытое событие
Вопрос 4:
Основным назначением службы по связям с общественностью в органах власти является достижение:
Варианты ответа:
а) высокого уровня общественного сознания
б) высокой общественной репутации
в) низкого уровня общественного сознания
г) высокого общественного порицания
Вопрос 5:
Гражданское общество по отношению к государственным структурам существует:
Варианты ответа:
а) вне рамок государственных структур
б) в рамках государственных структур
в) полностью подчинено
г) в реверсивных отношениях
Вопрос 6:
Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:
Варианты ответа:
а) организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений
б) организация подлинных мероприятий, учет предложений
в) организация выборов, работа с кандидатами
г) организация специальных мероприятий, учет предложений
Вопрос 7:
Для рассмотрения инициативы органом государственной власти на муниципальном уровне, необходимо чтоб она набрала количество голосов от численности населения, зарегистрированного на территории:
Варианты ответа:
а) не менее 100 тысяч

б) не менее 1 тысячи
в) не менее 10 процентов
г) не менее 5 процентов
Вопрос 8:
Имидж носит характер:
Варианты ответа:
а) подписной
б) стереотипный
в) частный
г) общий
Вопрос 9:
Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:
Варианты ответа:
а) связи с общественностью
б) разведывательная деятельность
в) политические связи
г) связи с органами власти
Вопрос 10:
Для участия граждан в принятии государственных решений создан федеральный интернет-портал:
Варианты ответа:
а) Государственных услуг
б) бесплатных игр
в) Пенсионных накоплений
г) Российская общественная инициатива
Вопрос 11:
Осуществление связей с общественностью в органах власти полностью зависит от:
Варианты ответа:
а) внутренней политики
б) внешней политики
в) особенностей государственной структуры
Вопрос 12:
Специализированная многофункциональная деятельность органов власти по организации и обеспечению отношений, направленных на содействие государству, создание благоприятного имиджа, налаживание обратной связи посредством элементов убеждения и влияния:
Варианты ответа:
а) разведывательная деятельность
б) связи с общественностью
в) политические связи
г) связи с органами власти
Вопрос 13:
Постояннодействующим координирующим органом Открытого правительства является:
Варианты ответа:
а) Объединенный разведывательный комитет
б) Правительственная комиссия
в) Экспертный центр
г) Генеральный прокурор
Вопрос 14:
Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:

Варианты ответа:
а) служба связей с общественностью
б) служба доставки
в) сервисная служба
г) служба занятости
Вопрос 15:
Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:
Варианты ответа:
а) органы государственной власти РФ
б) Экспертный совет
в) органы местного самоуправления
г) Министр Российской Федерации

Практико-ориентированные (практические) задания к зачету:

ИУК-6.2 Определяет свои образовательные потребности и способы совершенствования профессиональной деятельности на основе самооценки

Задание.

Выписать топ-5 актуальных стереотипов о PR-технологиях в политике и власти, существующие в сознании электората, а также топ-5 ожиданий электората.

Выбрать 1-2 стереотипа и ожидания электората, на которые можно опираться при формировании медиа сопровождения избирательной кампании.

Задание.

Взять любых двух кандидатов последних выборов. Сравнить PR-технологии, которые использовались в избирательной кампании в начале и на ее завершении (узнаваемость, доверие населения, медиа-активность). Найти причины (события, действия), повлиявшие на изменения в процессе кампании, объяснить.

ИПКр-9.1 Владеет приемами верификации и интерпретации информации с учетом текущих проблемам государственного и муниципального управления

Задание.

Проведите анализ публикационной активности самостоятельно выбранной темы исследования, например, на крупнейшей в России электронной библиотеке научных публикаций *eLIBRARY.RU*. Определите и покажите графически изменение интереса к данной теме по годам. Установите, в каких сферах деятельности выбранная тема более или менее востребована. Объясните причины.

Шкала оценивания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета без применения балльно-рейтинговой системы оценивания - посредством аттестационных испытаний в форме традиционного зачета.

Результаты зачета оцениваются по бинарной системе оценивания («зачтено», «не зачтено»), или традиционной балльной системе оценивания.

Наряду с оцениванием учебных достижений обучающихся по принятой образовательной организации системе оценок и использованием ее при оформлении официальных дипломов Академии о высшем образовании, вводят повышенный («Excellent» и «Good») и базовый («Very good» и «Satisfactory») уровень оценок «отлично» и «хорошо» для использования при оформлении ЕПД, согласно Положению об оформлении и выдаче ЕПД.

Таблица 5.

Соответствие академической оценке

Академическая оценка		Оценка по шкале ESTS	
зачтено	отлично	Passed	A (Excellent)
			B (Very Good)
	хорошо		C (Good)
			D (Satisfactory)
	удовлетворительно		E (Sufficient)
не зачтено	неудовлетворительно	-	-

Критерии оценивания в ходе промежуточной аттестации

Оценка «**зачтено**» выставляется обучающемуся:

– если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает его на зачете, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение; в ходе обучения демонстрирует полное понимание и использует полученные знания и умения;

– твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач; в ходе обучения демонстрирует понимание и использует полученные знания и умения;

– знает материал, излагает его, но допускает несущественные неточности в ответе на вопрос, в применении теоретических положений при решении практических вопросов и задач; в ходе обучения проявляет понимание и использует полученные знания и умения в выстраивании и реализации своего развития;

Оценка **«не зачтено»** выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания; учебные достижения демонстрируют низкую степень овладения программным материалом.

6. Методические материалы для освоения дисциплины

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.05.02 «Медийное и PR сопровождение избирательной кампании» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:

– повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;

– ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);

– ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;

– записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.

Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:

– внимательно прочитать материал лекций, относящихся к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;

– подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные в рабочей программе дисциплины, для обсуждения;

– выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;

– понять, что для вас осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;

– готовиться к практическим (семинарским) занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;

– рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;

– электронная версия рабочей программы по дисциплине размещена на сайте Нижегородского института управления, к которой предоставлен авторизованный доступ.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

– программой дисциплины;

– перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

– тематическими планами лекций, семинарских занятий;

– учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;

– перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;

– перечнем вопросов.

Систематическое выполнение всех видов заданий на лекциях, практических занятиях, а также самостоятельная работа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для прохождения промежуточной аттестации**.**

Эффективность лекционных, семинарских и практических занятий по дисциплине во многом зависит от качества самостоятельной работы студентов, от их самоподготовки.

Часть времени, отведенного на самостоятельную работу, должна использоваться на подготовку к аудиторным занятиям, другая часть на выполнение домашней работы, осмысление и оформление результатов практических занятий.

При подготовке к занятиям студенту полезно:

– изучить теоретический материал по данной теме (конспект занятия);

– ознакомиться с литературой, рекомендованной преподавателем;

– выполнить задания, предложенные преподавателем, к занятию;

– составить перечень вопросов, вызывающих затруднения, неясности или сомнения, обсудить их с преподавателем или на занятии;

– заниматься самостоятельным поиском дополнительной литературы по изучаемой теме.

В рамках данной дисциплины самостоятельная работа обучающихся включает самостоятельную работу с литературой.

Самостоятельная работа с исследовательской и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, сохраняется как важное звено самостоятельной работы в целом, но информационные технологии позволяют использовать как основу для самостоятельной работы не только печатную продукцию учебного или исследовательского характера, но и электронные издания, ресурсы сети Интернет – электронные базы данных, каталоги и фонды библиотек, архивов и т. д.

Самостоятельная работа по лекционному курсу дисциплины в основном выполняется в виде проработки учебного материала лекционных занятий из-за сложности материала, прочитанного ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа по подготовке к семинару в основном выполняется в виде самостоятельного изучения учебного материала.

Для подготовки к семинарским занятиям, обучающимся предоставляется возможность самостоятельно заниматься на компьютерах оснащенных электронными учебниками и подключенных к интернету в библиотеке института.

Вопросы и задания для самостоятельной подготовки к лекционным и практическим занятиям

Тема 1. Избирательный процесс и избирательная кампания. Структура современного информационного рынка.

Изучите основные понятия: «избирательная кампания», PR-технологии в избирательной кампании. Проанализируйте этапы избирательной кампании. Опишите структуру современного информационного рынка

Тема 2. PR в системе маркетинговых коммуникаций в избирательных (политических) кампаниях

Изучите основные понятия и категории политического маркетинга.

Проведите сравнительный анализ коммуникаций политического маркетинга.

Тема 3. Целевые аудитории PR в избирательной (политической) коммуникации

Раскройте роль политических партий и объединений как субъекта PR – деятельности Проанализируйте подходы , формирующие политический выбор.

Тема 4. Медиастратегии в избирательной кампании

Определите роль новостных событий в политических кампаниях.

Выделите особенности политического PR и рекламы на телевидении, рекламы в прессе.

Тема 5. Продвижение и корректировка имиджа политика в ходе избирательной кампании

Изучите основные типы позиционирования при проведении избирательной кампании.

Раскройте дискредитационные технологии.

Тема 6. Роль и место СМИ в реализации предвыборной кампании.

Составление раздаточного материала, «листовочная война»: виды и содержание печатной продукции.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Г. В. Пушкарева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02695-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489401

2. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-2381-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https:// www.iprbookshop.ru/44973.html http://www.iprbookshop.ru/44973.html

3. Семенов, В. А. Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2- е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https:// urait.ru/bcode/493776

7.2. Дополнительная литература

1. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2015. – 83 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035 (дата обращения: 25.06.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1383-5. – Текст : электронный.

2. Ушакова Н.В. Имиджелогия (3-е издание) : учебное пособие для бакалавров / Ушакова Н.В., Стрижова А.Ф.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 264 c. — ISBN 978-5-394-01942-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57073.html (дата обращения: 25.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2- е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. —Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https:// urait.ru/bcode/492903

4. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 c. — ISBN 978-5-8265-1383-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/64567.html .

5. Кривошеев, В. В. Политические технологии : учебное пособие / В. В. Кривошеев. — Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2005. — 89 c. — ISBN 5-88874-620-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/23826.html

7 .3. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации.

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ.

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

4. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 №1000 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 28.08.2020, регистрационный номер № 59530).

5. Образовательный стандарт Академии по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденный Приказом Российской академии народного хозяйства и государственной службы Российской Федерации при Президенте Российской Федерации от 29 марта 2021 года №01-3046.

6. "ГОСТ Р ИСО 10007-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Менеджмент организации. Руководящие указания по управлению конфигурацией" (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 14.11.2007 №302-ст).

7. Система менеджмента качества, ISO 9001.

8. Система менеджмента социальной ответственности на основе ИСО 26000.

9. Система менеджмента промышленной безопасности, OHSAS 18000.

10. Система энергетического менеджмента, ISO 50001.

7.4. Интернет-ресурсы

1. Административно-управленческий портал: менеджмент и маркетинг в бизнесе. Большая электронная библиотека [Электронный ресурс] – URL: http://www.aup.ru
2. Официальный сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mevriz.ru/.
3. Официальный сайт журнала «Российский журнал менеджмента» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rjm.spbu.ru/.
4. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология, Менеджмент. Большая электронная библиотека [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.ecsocman.edu.ru

7.5. Иные источники

1. Электронные информационно-образовательные ресурсы Нижегородского института управления – филиала РАНХиГС - http://sdo.niu.ranepa.ru/.
2. Портал электронной библиотеки [Электронный ресурс] – URL: http://www.ihtik.lib.ru/
3. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» [Электронный ресурс] – режим доступа: http://www.knigafund.ru/

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

8.1. Материально-техническая база

Перечень материально-технического обеспечения:

1. Учебные аудитории, оборудованные для проведения учебных занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, коллоквиумов, мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе мультимедийным оборудованием для демонстрации электронных презентаций и аудио- и видеоматериалов.
2. Компьютерные классы для выполнения групповых тестовых и иных заданий, а также для самостоятельной работы обучающихся оснащенные компьютерной техникой и обеспечением доступа к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
3. Специализированные аудитории и лаборатории.
4. Библиотека с обеспечением печатными изданиями или электронно-библиотечная система обеспечивающая доступ к электронным изданиям (электронная библиотека).
5. Читальный зал.
6. Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV и др.

8.2. Информационные технологии, программное обеспечение:

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется информационные технологии и программное обеспечение:

1. Современная операционная система.
2. Kaspersky Endpoint Security (или аналог).
3. Средство просмотра файлов формата pdf.
4. Современные офисные средства (текстовые и табличные редакторы, средства

работы с презентационными материалами и т.д.).

5. Архиватор 7-Zip.
6. Система дистанционного обучения.
7. Автоматизированная библиотечная система.

8.3. Информационные справочные системы:

1. https://www.urait.ru –Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. http://www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «IPR SMART» (ранее – IPRBooks)
3. https://e.lanbook.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. https://znanium.com - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znanium.com».
5. https://www.book.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Book.ru».
6. https://ibooks.ru - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «ibooks.ru».
7. https://www.ezproxy.ranepa.ru:2443/login?url=https://dlib.eastview.com/ – East View. Полные тексты российских научных и практических журналов, а так же газет центральной прессы России.
8. https://www.ezproxy.ranepa.ru:2443/login?url=https://grebennikon.ru/ - Полные тексты 38 научно-практических журналов по маркетингу, менеджменту, финансам и управлению персоналом ИД «Гребенников»
9. http://www.consultant.ru/ - Справочно-правовая система «Консультант».
10. http://www.garant.ru/ Справочно-правовая система «Гарант».