

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Юридический факультет

Кафедра Международного права и международных связей

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Макаров А.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.2.Политический брендинг и политконсалтинг

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.04.01 – Реклама и связи с
общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от

« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Магистерская программа – Реклама и связи с общественностью в сфере
государственного и муниципального управления (для набора 2017)

Форма обучения очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Сформировать у учащихся профессиональные компетенции, которые необходимы для освоения и применения знаний и навыков по созданию, продвижению и управлению политическими брендами, в том числе по формированию положительного бренда политических руководителей, государственных деятелей и в целом Российской Федерации на международной арене.

Задачи изучения дисциплины:

1. изучить социально-теоретическую и практическую обусловленность возникновения политического бренда, а также современные теоретические и практические подходы к политическому брендингу;
2. проанализировать социокультурные характеристики и психологические модели политических брендов, роль средств массовой коммуникации в развитии политического брендинга;
3. сформировать представление о технологиях, принципах и методах исследования и практического продвижения бренда российских политиков, партий, объединений, организаций, движений, государства;
4. научить практическим навыкам изучения, разработки, продвижения и управления политическими брендами.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина относится к гуманитарному, социальному и экономическому циклу дисциплин по выбору вариативной части профессионального цикла (Б1.В.ДВ.4.2).

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	3 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	36	36
лекционные (ЛК)	0	0
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	36	36
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	36	36
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		
--	--	--

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-21	Способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: 1) концептуальные основы и генезис понятий «политический брендинг» и «политконсалтинг»; 2) мировые и отечественные политические бренды.
	Стандартный: 1) основные модели, структурные компоненты и механизмы формирования политического бренда; 2) факторы успешного политического бренда.
	Эталонный: 1) специфику политического брендинга и политконсалтинга в разных странах; 2) этапы разработки программы создания и продвижения политического бренда, роль коммуникационных инструментов; 3) современные научные направления развития и методы исследования политического брендинга.
	Пороговый: 1) выявлять взаимосвязь и основные отличия понятий в сфере политического брендинга и политконсалтинга; 2) на основе изучения конкурентоспособности анализировать политические бренды.

Уметь	Стандартный: 1) самостоятельно исследовать политические бренды; 2) планировать программу политического бренд-билдинга.
	Эталонный: 1) разрабатывать и осуществлять коммуникационные мероприятия по продвижению политических брендов; 2) осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий по разработке политических брендов.
Владеть	Пороговый: 1) способами научно-практического анализа и исследования политических брендов; 2) навыками систематизации и обобщения полученных знаний.
	Стандартный: 1) навыками оценки потенциала, качества и эффективности политического бренда; 2) современными коммуникационными средствами продвижения политических брендов; 3) способами разработки стратегических концепций и проектов по политическому брендингу, а также навыками руководства проектной деятельностью.
	Эталонный: 1) способами стратегического планирования и управления, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий по политическому брендингу; 2) современными новейшими инструментами продвижения политических брендов; 3) навыками консультирования по вопросам современного политического брендинга.

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1.1	Современные научно-теоретические и практические подходы к политическому брендингу и политконсалтингу. Бренд политического лидера.	20		10		10

2	2.1	Бренд государства. Проблемы формирования бренда России.	16		8		8
3	3.1	Стратегии и технологии построения и управления политическими брендами. Информационные войны в формировании политического бренда.	20		10		10
4	4.1	Практическая роль масс-медиа в создании политического бренда.	16		8		8
Итого			72	0	36	0	36

3.2. Лекционные занятия

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1.1	Основные научно-исследовательские направления политического брендинга и политконсалтинга. Генезис политического брендинга. Функциональный, контекстный, сопоставительный подход к политическому бренду. Бренд политика, бренд политического института: политических партий, государств. Психологические факторы восприятия политического бренда. Образ как субъективная картина мира. Образ – знание, образ – значение, образ потребного будущего. Психологические механизмы восприятия политического лидера. Феномены, опосредующие процесс восприятия (система ценностей электората, установок, ролевые предпочтения). Архетипы, стереотипы, прототипы – явления массового сознания, влияющие на восприятие политического лидера.
2	2.1	Связь политического бренда с брендом власти, государства и других субъектов политической жизни. Бренд страны. Объекты бренда государства: отдельный человек (например, политический или общественный деятель), власть, экономика, армия, внешняя и внутренняя политики, полезные ископаемые, те или иные ресурсы, права человека. Условно-статичные и условно-динамичные элементы бренда страны. Проблема идентичности государства (самобренд). «Национальная идентичность» и статус страны.

3	3.1	Стратегии исследования, конструирования и управления политическими брендами на практике. Позиционирование как основная стратегия практического построения бренда. Политический бренд и политконсалтинг в структуре коммуникативного пространства. Исследование психологических законов общественного мнения. Формирование общественного мнения. Управление общественным мнением (формирование списка приоритетов, переключение внимания, введение новых тем и ситуаций, контрпропаганда). Функции слухов. Виды брендформирующей информации. Семиотика – наука о знаковых системах. Реальный, информационный, символический миры современного человека: взаимодействие и барьеры между ними. Психологические защиты потребителя от потока информации персонализация и наркотизация (переполнение новостями). Характеристики аудитории, влияющие на восприятие информации; пол, возраст, этническая принадлежность, профессия, религия).
4	4.1	Масс-медиа и практика организации предвыборной избирательной кампании. Стратегический образ политика, факторы, влияющие на его формирование: региональная обусловленность, время, демографический, этнопсихологический факторы. Роль масс-медиа в создании позитивного и негативного стратегического образа. Методы исследования образа политика. Модели бренда конкретного политика в глазах избирателя.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1.1	Национальные особенности российских избирателей. Формирование электоральной культуры российских избирателей. Роль национального характера в восприятии политического лидера. Представления о «идеальном лидере».	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и собеседованию.

2	2.1	Образы глав государств. Инвестиционная привлекательность (в теории корпоративного бренда – бизнес-бренд). Элементы стратегического публичного политического капитала. Необходимость формирования позитивного международного и внутреннего бренда страны. «Национальный бренд» в теории и на практике.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и групповому творческому проекту.
3	3.1	Психологический анализ восприятия политического бренда ведущих политиков в исторической перспективе. Принципы изучения политических брендов российских политиков. Роль пропаганды в формировании политического бренда. Основные правила практической пропаганды. Контрпропаганда, контрслух.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и контрольной работе.
4	4.1	Практические правила работы с прессой. Организация пресс-конференций, выступления по радио, телевидению (научно-практическое исследование на территории Забайкальского края). Телевидение как основной инструмент формирования бренда. Использование Интернета в целях формирования положительного бренда политика. Написание речей.	Составление конспекта. Подготовка к семинарам и групповому решению проблемных задач.

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	6
2	2.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	4
3	3.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	4
4	4.1	Практическое занятие	Творческое представление (с использованием информационных технологий)	4

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Панарин, И.Н. Информационная война, PR и мировая политика : учеб. пособие / И.Н. Панарин. – М.: Горячая линия-Телеком, 2006. - 352 с. : ил. - ISBN 5-93517-297-6 : 232-00.
2. Санаев, А. Русский пиар в бизнесе и политике / А. Санаев. – М.: Ось-89, 2005. – 240 с. – ISBN 5-98534-215-8 : 90-00.
3. Шарков, Ф.И. Консалтинг в связях с общественностью : учебник / Феликс Изосимович Шарков. - 2-е изд., стер. – М.: Экзамен, 2008. - 416с. - ISBN 978-5-377-01005-0 : 313-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Реснянская Л.Л. СМИ и политика: Учеб. пособие для студентов вузов / Л. Л. Реснянская, Е. А. Воинова, О. И. Хвостунова. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 256 с. (ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/book/68839>)

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Козырев, Г.И. Политическая конфликтология: учеб. пособие / Г. И. Козырев. – М.: Форум, Инфра-М, 2008. – 432с.
2. Макова О. И. Политическая реклама: теория и практика : учеб. пособие / О. И. Макова. – Чита : ЗабГУ, 2015. – 111 с. – ISBN 978-5-9293-1496-4 : 109-00.
3. Мировая политика и международные отношения : учеб. пособие / под ред. С.А. Ланцова, В.А. Ачкасова. – СПб.: Питер, 2009. – 448с.
4. Цыренжапов, З.О. Информационно-коммуникативный потенциал имиджа Российского государства : монография / З.О. Цыренжапов. – Чита: ЧитГУ, 2010. – 210 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Петрова, Н.Е. Язык современных СМИ : средства речевой агрессии / Н.Е. Петрова, Л.В. Рацибурская. - М.: ФЛИНТА, 2011. - ISBN 978-5-9765-0347-2. (ЭБС «Консультант студента» : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976503472.html>).

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Электронно-библиотечные системы, с которыми у вуза заключен договор

Образовательные ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <http://studentlibrary.ru/>
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <http://biblio-online.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com/>
4. Электронно-библиотечная система «Троицкий мост» <http://www.trmost.com/>

Научные ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary <http://elibrary.ru/>
2. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru/>

Электронные библиотеки, научно-образовательные и справочные ресурсы открытого доступа:

1. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru/>
2. Библиотека экономической и управленческой литературы <http://eup.ru/Catalog/All-All.asp>
3. Энциклопедия маркетинга <http://marketing.spb.ru/read.htm>
4. Библиотека юридической литературы <http://pravo.eup.ru/>
5. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru/>
6. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
7. Библиотека Российской Академии наук <http://www.rasl.ru/>

- 8.Словари и энциклопедии <https://dic.academic.ru/>
- 9.Библиотека Fiction book <http://fictionbook.ru/>
- 10.Библиотекарь.Ру <http://www.bibliotekar.ru/>
- 11.Институт открытого и дистанционного образования <http://www.ode.ru/>
- 12.Электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий <http://www.iqlib.ru/>
- 13.Электронная библиотека учебников <http://studentam.net/>
- 14.Русская виртуальная библиотека <http://rvb.ru/>
- 15.Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>
- 16.Книгафонд <http://www.knigafond.ru/>
- 17.Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы: 672039, г. Чита, ул. Петровско-Заводская, 46а, ауд. 07-209.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы: Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая. Мультимедийное оборудование (переносное): ноутбук, проектор, экран.

Наименование: 672039, г. Чита, ул. Петровско-Заводская, 46а, ауд. 07-308.

Лингафонный кабинет

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы и курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения научно-исследовательской работы.

Оснащенность: Комплект специальной учебной мебели. ПК – 13 шт. (в т.ч. преподавательский). Мультимедийное оборудование (переносное): ноутбук, проектор, экран, колонки. Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и существенных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение

следующих требований:

- обязательное посещение всех практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа учащихся предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации по отдельным видам учебно-познавательной деятельности студентов

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемно-ориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем);
- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
- уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
- уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;

- владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные аргументы в защиту своей позиции и т.д.);
 - уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
 - при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
 - оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
 - при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
 - владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).
- Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Разработчик/группа разработчиков: Петров Артем Сергеевич, доцент кафедры международного права и международных связей

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**