

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

Юридический факультет

Кафедра Административного права и таможенного дела

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) 44.04.01 – Педагогическое образование

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	
	3 семестр	Всего часов
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	<p>Пороговый:</p> <p>1) концептуальные основы и генезис понятий «политический брендинг» и «политконсалтинг»;</p> <p>2) мировые и отечественные политические бренды.</p>
	<p>Стандартный:</p> <p>1) основные модели, структурные компоненты и механизмы формирования политического бренда;</p> <p>2) факторы успешного политического бренда.</p>

Результат обучения	
	<p>Эталонный:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) специфику политического брендинга и политконсалтинга в разных странах;</li> <li>2) этапы разработки программы создания и продвижения политического бренда, роль коммуникационных инструментов;</li> <li>3) современные научные направления развития и методы исследования политического брендинга.</li> </ol>
Уметь	<p>Пороговый:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) выявлять взаимосвязь и основные отличия понятий в сфере политического брендинга и политконсалтинга;</li> <li>2) на основе изучения конкурентоспособности анализировать политические бренды.</li> </ol>
	<p>Стандартный:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) самостоятельно исследовать политические бренды;</li> <li>2) планировать программу политического бренд-билдинга.</li> </ol>
	<p>Эталонный:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) разрабатывать и осуществлять коммуникационные мероприятия по продвижению политических брендов;</li> <li>2) осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий по разработке политических брендов.</li> </ol>
Владеть	<p>Пороговый:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) способами научно-практического анализа и исследования политических брендов;</li> <li>2) навыками систематизации и обобщения полученных знаний.</li> </ol>
	<p>Стандартный:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) навыками оценки потенциала, качества и эффективности политического бренда;</li> <li>2) современными коммуникационными средствами продвижения политических брендов;</li> <li>3) способами разработки стратегических концепций и проектов по политическому брендингу, а также навыками руководства проектной деятельностью.</li> </ol>

Результат обучения	
	<p>Эталонный:</p> <p>1) способами стратегического планирования и управления, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий по политическому брендингу;</p> <p>2) современными новейшими инструментами продвижения политических брендов;</p> <p>3) навыками консультирования по вопросам современного политического брендинга.</p>

### 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	<p>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.</p>
2	2.1	<p>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.</p>
3	3.1	<p>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).</p>
4	4.1	<p>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.</p>

### 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.prlib.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)**