

Аннотация рабочей программы дисциплины «Технологии связей с общественностью в избирательной кампании» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) образовательной программы «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины: формирование компетенций, необходимых специалисту по рекламе и связям с общественностью, основанных на соблюдении правовых норм в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основами конституционного, административного и гражданского права, регулируемыми отношения в сфере рекламы и составляющими его нормативную базу;
- знакомство с правами и обязанностями субъектов рекламной деятельности;
- изучение специальных требований к отдельным видам рекламы и особенностей правового регулирования отдельных видов ее распространения;
- изучение специальных требований к рекламе отдельных товаров и услуг;
- знакомство с государственным регулированием и контролем в сфере рекламы;
- изучение основных форм ответственности в сфере рекламы;
- формирование умений применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;
- формирование юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-1ПК-1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и/или связям с общественностью и/или при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИД-2ПК-1 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-3ПК-1 Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуре
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1ПК-2 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. ИД-2ПК-2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД-3ПК-2 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний

3. Содержание дисциплины (модуля)

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

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

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

Тема 4. Политический имидж: имидж партии, имидж политика.

Тема 5. Планирование избирательных кампаний.

Тема 6. Медиастратегии в избирательной кампании.

Тема 7. Технологии групповой и межличностной коммуникации в избирательных (политических) кампаниях.

Тема 8. Прямая политическая реклама.

Тема 9. Имиджевые стратегии в избирательной кампании.

Тема 10. Информационно-аналитические технологии в политических кампаниях.

Тема 11. Риски в избирательной кампании.