

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

Цель изучения дисциплины:

получение целостного представления об избирательных технологиях публичных рилейнз с целью дальнейшего применения навыков в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с современными избирательными пиар-технологиями;
- определение главных задач и функций управления технологическими процессами, сферы его применения;
- изучение механизмов политической коммуникации в современном российском обществе;
- изучение роли избирательных технологий в социальной и информационной сферах;
- формирование навыков по созданию плана избирательной кампании и его реализации;
- формирование навыков сопровождения избирательной кампании (написание текстов различных жанров, разработка сценариев мероприятий)

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

2.1 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 Участвует 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-

3. Содержание дисциплины

Избирательный процесс и избирательная кампания. Структура современного информационного рынка. PR в системе маркетинговых коммуникаций в избирательных (политических) кампаниях

- . Целевые аудитории PR в избирательной (политической) коммуникации
- . Политический имидж: имидж партии, имидж политика. . Планирование избирательных кампаний
- . Медиастратегии в избирательной кампании. Технологии групповой и межличностной коммуникации в избирательных (политических) кампаниях
- . Технологии групповой и межличностной коммуникации в избирательных (политических) кампаниях
- . Прямая политическая реклама. Имиджевые стратегии в избирательной кампании. Информационно-аналитические технологии в политических кампаниях . Риски в избирательной кампании .