

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол №10 от 16 июня 2019 г.
Зав. кафедрой



Шайхисламов Р.Б.

Согласовано:
Председатель УМК факультета



Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАМПАНИИ В ПОЛИТИКЕ
Вариативная часть

программа магистратуры

Направление подготовки (специальность)
39.04.01 Социология

Направленность (профиль) подготовки
Социология коммуникаций

Очная и заочная формы обучения

Квалификация магистр

Разработчик (составитель):
Д.с.н., проф.



Р.Б. Шайхисламов

Для приема 2019 гг.

Уфа 2019

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол №10 от 17 июня 2019г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры социологии и работы с молодежью, протокол №10 от 16 июня 2020 г.

Заведующий кафедрой



Р.Б. Шайхисламов

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой

_____/ _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой

_____/ _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 __ г.

Заведующий кафедрой

_____/ _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
(с ориентацией на карты компетенций)

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-7: способность и готовность к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений;

ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей.

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	О планировании и проектировании проведения опросов общественного мнения; об основах организации политических служб в области интегрированных коммуникаций; об основах проведения социальной экспертизы связей с общественностью, рекламы, брендинга, связанных с политическими, экономическими или иными решениями	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	
	о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	
Умения	Планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	
	Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	
Владения (навыки / опыт)	планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведе-	

дея- тель- ности)	технических решений	ния социальной экспертизы политиче- ских и научно-технических решений	
	Разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Цели дисциплины:

4. Дать студентам прочные знания, сформировать умения и навыки по вопросам медиапланирования стандартной коммуникационной кампании, вооружить их современными социально-коммуникационными технологиями в сферах бизнеса, политики, социальной сфере.

5. Задачи дисциплины:

6. Студенты в процессе изучения данной дисциплины должны получить знания о теоретических основах, принципах, средствах и специфике медиапланирования; о практических проблемах и средствах их разрешения в процессе реализации медиапланирования; стандартный инструментарий, алгоритмы и правила медиапланирования; профессиональные требования к работе PR-менеджера, занятого медиапланированием.

7. Студенты должны получить умения и навыки: применять основные методы медиапланирования, методики оценки эффективности медиапланирования.

8.

9. Дисциплина «Бренд-менеджмент» относится к *вариативной* части. Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

10. Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин:

11. Б1.Б.01 Философия и методология социальных наук

12. Б1.Б.03 Современные социологические теории - 2

13. Б1.Б.04 Современные методы социологических исследований

14. Б1.В.04 Социально-гуманитарные методы исследования коммуникаций

15. Б1.В.03 Социальное прогнозирование и моделирование в социологических исследованиях

16. Б1.В.05 Управление социальными проектами

17. Б1.В.02 Анализ социологических данных

18. Б1.В.ДВ.01.01 Общественное мнение (Б1.В.ДВ.01.02 Система средств массовой коммуникации)

19. Б1.В.ДВ.03.01 Коммуникационные кампании в бизнесе (Б1.В.ДВ.03.02 Коммуникационные кампании в политике)

20. По дисциплине «Философия и методология социальных наук» осуществляется формирование общекультурных, общепрофессиональных и научно-исследовательских компетенций, необходимых для получения знаний, умений и навыков по исследованию бренда. По дисциплине «Современные социологические теории - 2» студенты получают теоретические знания, необходимые для изучения массовой коммуникации в современном обществе. По дисциплинам «Современные методы социологических исследований» и «Социально-гуманитарные методы исследования коммуникаций» формируются знания, умения и навыки качественных методов исследования, наиболее активно используемые при изучении бренда.

21. При изучении дисциплин «Анализ социологических данных», «Социальное прогнозирование и моделирование в социологических исследованиях» и «Управление социальными проектами» студенты получают компетенции, необходимые для анализа аудитории бренда, рынка бренда, прогнозирования и моделирования процессов массовой коммуникации, медиа-планировании как разновидности управления. Медиапланирование является составной частью коммуникационных кампаний в СМИ, поэтому компетенции, формируемые при изучении данной дисциплины, органически связаны с дисциплинами «Коммуникационные кампании в политике (бизнесе)».

Дисциплина «Коммуникационные кампании в политике» относится к *вариативной* части.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин:

Б1.В.ДВ.01.01 Общественное мнение

Б1.В.ДВ.01.02 Система средств массовой коммуникации

Последовательность освоения компетенций: (Общественное мнение)/(Система средств массовой коммуникации) - Проектирование политических коммуникаций.

22. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

23. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: о планировании и проектировании проведения опросов общественного мнения; об основах организации политических служб в области интегрированных коммуникаций; об основах проведения социальной экспертизы связей с общественностью, рекламы, брендинга, связанных с политическими, экономическими или иными решениями; о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	1.отрывочные, фрагментарные представления по отдельным темам; не знает по существу содержание тем	Достаточные для применения на практике знания
Второй этап (уровень)	Уметь: Планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений; Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	Не умеет планировать и осуществлять проектные работы; диагностику социальных проблем, осуществлять социальный анализ	Умеет планировать и осуществлять проектные работы; диагностику социальных проблем, осуществлять социальный анализ
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений; разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и со-	Не владеет никакими навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в политике; составления и представления проектов научно-исследовательских и ана-	Владеет навыками анализа стандартных ситуаций в социальных коммуникациях в политике; составления и представления проектов научно-исследовательских и аналитических работ в соот-

	циально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	литических разработок	ветствии с нормативными документами; планирования и осуществления проектных работ
--	--	-----------------------	---

Код и формулировка компетенции ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	Отрывочные, фрагментарные представления, отсутствие знаний по существу	знания по существу, достаточные для применения на практике
Второй этап (уровень)	Уметь: Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	не умеет осуществлять социальную диагностику, сравнительный анализ социальных интересов, прогнозировать социальные последствия решений, самостоятельно разрабатывать предложения, рекомендации и механизмы решения социальных проблем	умеет осуществлять социальную диагностику, сравнительный анализ социальных интересов, прогнозировать социальные последствия решений, самостоятельно разрабатывать предложения, рекомендации и механизмы решения социальных проблем
Третий этап (уровень)	Владеть навыками: Разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	Отсутствуют навыки разработки рекомендаций, предложений, механизмов согласования интересов и решения социальных проблем	навыки разработки рекомендаций, предложений, механизмов согласования интересов и решения социальных проблем

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	о планировании и проектировании проведения опросов общественного мнения; об основах организации политических служб в области интегрированных коммуникаций; об основах проведения социальной экспертизы связей с общественностью, рекламы, брендинга, связанных с политическими, экономическими или иными решениями; о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	<i>Индивидуальный, групповой опрос Электронные конспекты</i>
	о сущности и видах социальных проблем; о методах разработки управленческих решений и консалтингу в области согласования интересов разных социальных групп и общностей; об основах разработки рекомендаций и предложений по итогам исследования	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	<i>Индивидуальный, групповой опрос Электронные конспекты</i>
2-й этап Умения	Уметь: Планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений; Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	<i>Ситуационные задачи, научный доклад</i>

	Уметь: Осуществлять диагностику социальных проблем; осуществлять сравнительный анализ интересов социальных групп и слоев; учитывать последствия рекомендаций и предложений с позиции решения социальных проблем и интеграции социальных интересов	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	<i>ситуационные задачи, научный доклад</i>
3-й этап	Владеть: навыками планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы политических служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений; разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	ПК-7 способностью и готовностью к планированию и осуществлению проектных работ в области изучения общественного мнения, организации работы маркетинговых служб, проведения социальной экспертизы политических и научно-технических решений	<i>ситуационные задачи</i>
	Владеть навыками: Разработки рекомендаций и предложений по результатам исследований с учетом социальных интересов и социальных проблем; находить оптимальные для социальных интересов варианты управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях; оценивать социально-экономические и социально-психологические последствия решений с позиций интересов социальных групп и слоев	ПК-10: способность самостоятельно разрабатывать основные на профессиональных социологических знаниях предложения и рекомендации по решению социальных проблем, а также разрабатывать механизмы согласования интересов социальных групп и общностей	<i>ситуационные задачи, научный доклад</i>

Описание оценочных средств:

Индивидуальный опрос осуществляется по вопросам, предусмотренным семинарскими занятиями.

Групповой опрос во время лекции с целью проверки остаточных знаний, анализа проблемной ситуации, осуществления межпредметной связи.

Научный доклад по теме НИРС представляет собой представление результатов научной работы студента в рамках обсуждаемого вопроса (например, анализ коммуникативной ситуации, проектирование целей и задач, использование интегрированных инструментов в различных видах социальной коммуникации).

Собеседование представляет собой форму общения между преподавателем и студентов (группой) с целью выявления уровня трансформации полученных знаний в умения, умений – в навыки.

Ситуационные задачи представляют собой инструмент формирования и выявления умений и навыков студентов на примере анализа предложенного преподавателем или самими студентами конкретной ситуации на макро-, мезо-, микроуровне. Например: Провести SWOT-анализ предприятия, впервые выходящего на конкретный рынок? Провести STEP-анализ для маркетинга территорий (на примере города, муниципалитета). Провести SMART-анализ маркетингового проекта конкретной фирмы.

По данной дисциплине предусмотрен зачет в 3 семестре 2 года обучения. Зачет является оценочным средством для всех этапов освоения компетенций.

Примерные вопросы для зачета:

1. Общее и различие между социальными и политическими проектами
2. Аналитический этап проектирования политических коммуникаций
3. Рациональные методы анализа социально-политической ситуации
4. Интуитивные методы анализа социально-политической ситуации
5. Постановка проблемы и выдвижение гипотез в ситуационном анализе
6. Определение стратегии в проектировании политических коммуникаций
7. Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в политическом проекте
8. Рекламное обеспечение бренда
9. PR-поддержка бренда
10. Социальное сегментирование граждан
11. Учет в проектировании особенностей политического поведения социальных групп
12. Планирование рекламной кампании в политике
13. Планирование PR-кампании в политике
14. Планирование продвижения бренда
15. Составление бюджета проекта политических коммуникаций
16. Оценка эффективности реализации политического проекта
17. Составление SWOT-матрицы анализа социально-политической ситуации (на примере региона или муниципалитета)
18. Составление матрицы STEP-анализа социально-политической ситуации (на примере региона или муниципалитета)
19. Организация фокусированного интервью для анализа социально-политической ситуации
20. Критический анализ специфичности целей политического проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
21. Критический анализ достижимости целей политического проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
22. Критический анализ измеримости целей политического проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
23. Критический анализ релевантности целей политического проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
24. Критический анализ временных рамок целей политического проекта (на примере анализа представленных преподавателем студенческих разработок)
25. Составить иерархию целей проекта политических коммуникаций и обосновать ее логику
26. Сформулировать задачи проекта по технологии SMART (на конкретном примере)
27. Демонстрировать навыки планирования и осуществления проектных работ в области изучения общественного мнения на основе собственных разработок
28. Демонстрировать навыки организации работы политических служб в форме разработки предложений и рекомендаций для конкретной организации

29. Показать навыки социальной экспертизы проектов политических коммуникаций (на конкретных примерах)
30. Разработать рекомендации и предложения рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем
31. Находить оптимальные для социальных интересов варианты проектов решений в стандартных и нестандартных ситуациях

Вопросы для семинаров

Занятие № 1. Сущность коммуникационных кампаний

1. Коммуникационные кампании в системе коммуникационной деятельности
2. Этапы политической коммуникационной кампании
3. Элементы политической коммуникационной кампании

Для самостоятельной работы

На основе контент-анализа СМИ определить периоды медийной активности политических акторов

Занятие № 2 Планирование коммуникационной кампании в политике

1. Анализ социально-политической ситуации
2. Разработка стратегии коммуникационной кампании
3. Разработка плана коммуникационной кампании
4. Медиа-план коммуникационной кампании

Для самостоятельной работы:

Составление SWOT-матрицы анализа социально-политической ситуации (на примере региона)

Составление матрицы STEP-анализа социально-политической ситуации (на примере муниципального образования)

Составление гайда для фокусированного интервью для анализа стратегии кампании

Занятие № 3. Интегрированные коммуникации в политической кампании

1. Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в политической кампании
2. Рекламное и PR обеспечение имиджа и бренда политика, политической организации

Для самостоятельной работы

Анализ «Удачные и неудачные примеры взаимодействия политической рекламы и PR»

Занятие № 4. Подготовительный этап коммуникационной кампании

1. Определение целевых и ключевых групп кампании
2. Определение форм коммуникаций с целевыми группами

Для самостоятельной работы:

На основе данных электоральных опросов дать характеристику сторонников политических партий и объединений.

На основе данных электоральных опросов дать характеристику политического «болота»

Занятие № 5. Месседж политической кампании

1. Определение месседжа
2. Структура месседжа
3. Стратегия и тактика использования месседжа

Для самостоятельной работы:

На основе последнего цикла избирательных кампаний дать характеристику месседжа политических партий и объединений.

На основе данных электоральных опросов дать характеристику восприятия гражданами месседжа политических партий и объединений.

Занятие № 6. Оценка эффективности политических коммуникационных кампаний

1. Оценка социальной и политической эффективности кампании

2. Оценка коммуникационной эффективности кампании

Для самостоятельной работы:

Разработать рекомендации и предложения политических рекламных и PR-мероприятий с учетом социальных интересов и социальных проблем

Тематика курсовых работ

Интегрированные коммуникации до начала избирательной кампании на выборах Президента РФ (по выбору – на примере конкретного кандидата)

Информационная предвыборная кампания кандидатов в Президенты РФ (на примере конкретного кандидата по выбору студента)

Месседж кандидатов в Президенты РФ: социологический анализ

PR-технологии формирования имиджа политика

Рекламные технологии формирования имиджа политика

Медиа-планирование избирательной кампании

Особенности коммуникаций со сторонниками кандидата (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Особенности коммуникаций с оппозиционными избирателями (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Особенности коммуникаций с не определившимися избирателями (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Особенности коммуникаций с молодыми избирателями (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Особенности коммуникаций с пожилыми избирателями (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Интегрированные коммуникации до начала избирательной кампании на выборах главы региона РФ, депутатов регионального законодательного органа (по выбору – на примере конкретного кандидата)

Информационная предвыборная кампания кандидатов на выборах главы региона РФ, депутатов регионального законодательного органа (по выбору – на примере конкретного кандидата)

Месседж кандидатов в главу региона: социологический анализ (по выбору – на примере конкретного кандидата)

PR-технологии формирования имиджа регионального политика (по выбору – на примере конкретного кандидата)

Рекламные технологии формирования имиджа регионального политика (по выбору – на примере конкретного кандидата)

Медиа-планирование избирательной кампании в регионах РФ (на примере конкретного субъекта РФ)

Особенности коммуникаций со сторонниками кандидата (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Особенности коммуникаций с оппозиционными избирателями (по выбору студента: кандидата в Президенты РФ, депутата ГД ФС РФ)

Особенности коммуникаций с не определившимися избирателями (по выбору студента: кандидата в главу региона, регионального депутата)

Особенности коммуникаций с молодыми избирателями (по выбору студента: кандидата в главу региона, регионального депутата)

Особенности коммуникаций с пожилыми избирателями (по выбору студента: кандидата в главу региона, регионального депутата)

Особенности коммуникационной кампании на муниципальных выборах

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Белоцерковская, Н.В. ПРОПИАР [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Белоцерковская, А.К. Кайдашова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 183 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110550> В учебном пособии изложены основные темы курсов «Связи с общественностью» и «Связи с общественностью в органах власти»: понятие и значение PR, управление публик рилейшнз в организации, психологические аспекты формирования общественного мнения, исследования в PR. Большое внимание уделено инструментам PR-деятельности, планированию PR-кампаний.
2. Вылегжанин, Д.А. Введение в политическую имиджологию [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.А. Вылегжанин. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 136 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51790> пособия анализируются основные понятия, раскрывается содержание предмета и функции имиджмейкинга. Рассматриваются место и роль имиджмейкера в формировании политического имиджа. Определяются способы защиты имиджа политика.
3. Чумиков, А.Н. Коммуникационные кампании [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68864>. В четвертой книге серии «Современные технологии PR. Мастеркласс А. Н. Чумикова» рассматриваются теория и практика проведения современных коммуникационных кампаний. Анализируются особенности кампаний в различных сегментах рыночного пространства (b2b, b2c, b2g, c2g, g2g, g2c), отдельно рассматриваются структуро- и смыслообразующие элементы коммуникационных кампаний. Виды кампаний классифицируются, с одной стороны, по предметно-субъектному критерию (кампании по продвижению территорий, организаций, продуктов), с другой — по критерию функционально-целевому (кампании по информированию, образованию, вовлечению, нейтрализации; доктринальные кампании). Приводится широкий перечень практических коммуникационных кампаний конца XX и первых десятилетий XXI в.
4. Барезев, В.А. Проведение PR-кампании: Электронное учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.А. Барезев. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 161 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63781>. В учебном пособии дано всестороннее представление о кампании в сфере связей с общественностью, являющейся одной из самых сложных технологий в PR-практике. Изложены теоретико-методологические, информационные, организационные и коммуникационные основы PR-кампаний, их особенности в различных сферах общественной жизни. Раскрывается содержание, логика, базовые элементы и алгоритмы проведения PR-кампании, ее организационно-управленческие аспекты.
5. Реснянская, Л.Л. СМИ и политика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Л. Реснянская, Е.А. Воинова, О.И. Хвостунова ; под ред. Л.Л. Реснянской. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2007. — 256 с. — Режим доступа:

<https://e.lanbook.com/book/68839> Сопряжение СМИ и политики становится значимым фактором протекания и развития политического процесса, участия в нем граждан, порождает медиатическое измерение самой политики. В учебном пособии анализируются проблемы взаимозависимости политического устройства общества и деятельности СМИ, коммуникативных практик, влияющих на общественный диалог.

Дополнительная литература:

6. Филь, М. Социальные сети: новые технологии управления миром [Электронный ресурс] / М. Филь. — Электрон. дан. — Москва : Университет «Синергия», 2016. — 192 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93242> Данная книга представляет собой комплексное исследование вопросов, связанных с характеристиками и ролью социальных сетей Интернета в жизни современного общества. Объект исследования рассмотрен с применением инструментария социологии, политологии, психологии, методов статистического анализа и математического моделирования. Проведен анализ многих реальных ситуаций из мировой практики, а также из личного профессионального опыта автора. Приведены данные социологических исследований, которые ранее нигде не публиковались, в том числе и зарубежных ученых. Особое внимание уделено анализу технологий манипуляции индивидуальным и групповым мнением в онлайн-социальных сетях, активно используемых в социально-политической практике. Для специалистов в области «новых медиа» и связей с общественностью, журналистов, управленцев, а также для всех читателей, интересующихся проблематикой социальных сетей Интернета.
7. Ачкасова, В.А. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации [Электронный ресурс] : монография / В.А. Ачкасова, Г.С. Мельник, Б.Я. Мисонжников, А.Ю. Дорский. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91049>.
8. Soft power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ [Электронный ресурс] : монография / сост. и ред. Борисова Е.Г.. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/74587>. Коллективная монография представляет собой первое планомерное академическое исследование феномена Soft power, интерес к которому вспыхнул с особой силой в последнее пятилетие. Авторы — специалисты в области политологии и международных отношений, семиотики и языкознания — излагают собственные взгляды на проблему «мягкой силы» и знакомят с представлениями, сложившимися по этому поводу в своих областях. Ряд работ содержит попытки применения нового понятия к описанию политических процессов в ряде стран.
9. Наумова, Л.М. Проектирование политических исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.М. Наумова. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. — 248 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/76552>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме
1	http://www.nir.ru/socio/scipubl/socis.htm	Журнал «Социологические исследования»
3	http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm	Социологические журналы в Web
4	http://www.nir.ru/socio/scipubl/nauchn.htm	Российские социологические журналы

7	www.ecsocman.edu.ru	Портал по социологии, экономике и менеджменту
8	http://sociology.extrim.ru/bibl.htm	Библиотека социолога

Программное обеспечение

1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine.

Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition.

Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

Перечень договоров на электронные библиотечные системы (ЭБС)

Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
Договор на БД периодических изданий между БашГУ и «ИВИС» № 133-П1650 от 03.07.2018	С 01.07.2018 до 30.06.2019
Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 847 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 848 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018	С 11.12.2018 по 31.12.2019

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса имеется все необходимое учебное оборудование, мультимедийное оборудование, доступ к сети Интернет, к электронным библиотечным системам, к справочным системам.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 310 (гуманитарный корпус) аудитория № 312 (гуманитарный корпус), аудитория № 315 (гуманитарный корпус),	Лекции	Аудитория № 310 Учебная мебель, доска. Аудитория № 312 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор BenQ MX 660, экран настенный Classic Norma 244*183. Аудитория № 315 Учебная мебель, доска. 1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine. Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные. 2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
учебная аудитория для проведения занятий семинар-	Семинарские,	Аудитория № 309 Учебная мебель, доска.

ского типа: аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 310 (гуманитарный корпус),	практические занятия	Аудитория 310 Учебная мебель, доска.
учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 309 (гуманитарный корпус), аудитория № 310 (гуманитарный корпус). аудитория № 314 (гуманитарный корпус)	индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация	Аудитория № 309 Учебная мебель, доска. Аудитория № 310 Учебная мебель, доска. Аудитория № 314 Учебная мебель, доска
помещения для самостоятельной работы: аудитория № 314 (гуманитарный корпус), аудитория № 345 компьютерный класс (главный корпус). аудитория № 419 (гуманитарный корпус); читальный зал № 1 главный корпус, 1 этаж, каб. 17; Абонемент № 7 ул. З. Валиди, 32, 8 этаж, каб. 815; Абонемент № 9 ул. З.Валиди, 32, 4 этаж, каб. 415.	самостоятельная работа	Аудитория № 314 Учебная мебель, доска Аудитория № 345 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, моноблоки стационарные – 20 шт. Аудитория № 419 Учебная мебель, доска, компьютеры в комплекте (5 шт.): стеллажи, шкафы картотечные, комбинированные 1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL Academic Edition Legalization Get Genuine. Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные. 2. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАМПАНИИ В ПОЛИТИКЕ»

на 3 семестр очной формы обучения, 3 сессию 2 года заочной формы обучения
 Рабочую программу осуществляют:

Лекции: д.с.н., проф. Шайхисламов Р.Б.

Практические занятия: д.с.н., проф. Шайхисламов Р.Б.

Вид работы	Объем дисциплины, всего	3 семестр
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32,2	32,2
лекций	12	12
практических/ семинарских	18	18
лабораторных		
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	2,2	2,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР), в т.ч. на курсовую работу	75,8, из них 20 к.р.	75,8, из них 20 к.р.
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)		

Форма контроля: зачет и курсовая работа в 3 семестре на 2 курсе.

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1.	Занятие № 1. Сущность коммуникационных кампаний 1. Коммуникационные кампании в системе коммуникационной деятельности 2. Этапы политической коммуникационной кампании 3. Элементы политической коммуникационной кампании	2	2		8	Основная 1-5, дополнительная 6-9	В плане занятий	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Ситуационные задачи.
2.	Занятие № 2 Планирование коммуникационной кампании в политике 1. Анализ социально-политической ситуации 2. Разработка стратегии коммуникационной кампании 3. Разработка плана коммуникационной кампании 4. Медиа-план коммуникационной кампании	2	4		8	Основная 1-5, дополнительная 6-9	В плане занятий	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи.
3.	Занятие № 3. Интегрированные коммуникации в политической кампании 1. Формы интеграции рекламы и связей с общественностью в политической кампании 2. Рекламное и PR обеспечение имиджа и бренда политика, политической организации	2	2		8	Основная 1-7, дополнительная 1-9, 12-19	В плане занятий	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи.
4.	Занятие № 4. Подготовительный этап коммуникационной кампании 1. Определение целевых и ключевых групп кам-	2	4		12	Основная 1-5, дополнительная 6-9	В плане занятий	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседова-

	пани 2.Определение форм коммуникаций с целевыми группами							ние. Ситуационные задачи.
5	Занятие № 5. Месседж политической кампании 1.Определение месседжа 2. Структура месседжа 3. Стратегия и тактика использования месседжа	2	4		12	Основная 1-5, дополнительная 6-9	В плане занятий	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи
6	Занятие № 6. Оценка эффективности политических коммуникационных кампаний 1. Оценка социальной и политической эффективности кампании 2. Оценка коммуникационной эффективности кампании	2	2		7,5	Основная 1-5, дополнительная 6-9	В плане занятий	Индивидуальный опрос. Групповой опрос. Собеседование. Ситуационные задачи. Кейс-задача.
	Всего часов:	12	18					