

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины  
«Политический консалтинг»

Общая трудоемкость изучения дисциплины  
4 ЗЕТ (144 часа)

Цель курса – формирование у студентов системных знаний о задачах, инструментах, технологиях и методах воздействия на политические процессы, общественное мнение, электорат.

Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Политический консалтинг» относится к базовой части дисциплин учебного плана. ... «Политический консалтинг» базируется на знаниях, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникаций», «Основы менеджмента», «Социология», «Теория и практика массовой информации», «Разработка и технология производства рекламного продукта», «Организация и проведение кампаний по рекламе и связях с общественностью», «Продвижение в социальных медиа», «Политический PR», «Политическая реклама». Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении научно-исследовательской работе и практике, при написании выпускной квалификационной работы бакалавра.

Компетенции, приобретенные в ходе изучения дисциплины «Политический консалтинг» готовят студента к освоению профессиональных компетенций:

ОПК-2 – владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью;

ОПК-4 – умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-1 – способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-14 – способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать: задачи, функции, структуру, методы организации работы отделов рекламы и отделов связей с общественностью; стили управления, методы планирования; имиджевые характеристики; методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; разработку и технологию производства рекламного продукта; основы проектной деятельности в рекламе; специфику организации и проведения рекламных кампаний.

Уметь: планировать и осуществлять деятельность отделов рекламы и связей с общественностью; проводить, организовывать и планировать коммуникационные кампании и мероприятия в политической сфере; осуществлять управленческую деятельность; планировать и проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы; формировать цели, разрабатывать программы исследований; обрабатывать полученные данные.

Владеть: навыками разработки стратегий и тактик при проведении коммуникационных кампаний; навыками планирования и контроля; построения имиджа фирмы; методами оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; навыками разработки и производства рекламных материалов; современными технологиями контроля.

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов и технологий формирования компетенций у обучающихся: лекции с применением мультимедийных технологий; проведение лабораторных работ.

Виды учебной работы: лекции, лабораторные работы.

Изучение дисциплины заканчивается сдачей экзамена.