

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Факультет гуманитарных и социальных наук

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПОЛИТИЧЕСКИЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ
Образовательная программа

41.04.04 Политология

код и наименование направления

Политические институты, процессы и технологии

наименование образовательной программы

Наименование дисциплины	Политические PR-технологии в современной России
Объем дисциплины	3 ЗЕ (108 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины
1. PR в структуре политической деятельности	Предпосылки возникновения феномена PR. Этапы развития PR. Различия в подходах к определению PR. Объект, предмет и методы PR. Цель и функции PR. Научные школы PR. PR: современные модели и концепции. Природа и особенности политических PR-технологий. Задачи и функции PR в политической сфере. Модели и технологии эффективного достижения PR-целей в политике. Условия возникновения и функционирования PR в демократическом обществе. Профессиональные кодексы в области PR. Структуры и организации в сфере политических PR-технологий.
2. PR-технологии в системе политической коммуникации	PR как особый вид политической коммуникации. Психологический анализ различных видов PR-воздействия в политической практике. Политический PR и пропаганда: общее и частное. Закономерности, условия, механизмы и техники влияния PR-технологий на политическое сознание и поведение граждан. Особенности и возможности PR-технологий в политическом коммуникационном процессе. Характеристика особенностей эффективной PR-деятельности в конкретной политической структуре.
3. Научные основы формирования и реализации PR-технологий в	Принципы разработки PR-технологий в политической сфере. Планирование и организация PR-акций. PR-технологии в деятельности

<p>политической сфере</p>	<p>политической партии. Использование Internet-технологий в Public Relations и рекламе политической партии. Разрешение политических конфликтов с использованием PR-технологий. Блогосфера как инструмент PR-влияния. Правовое обеспечение политической PR-деятельности. Правовое регулирование PR-деятельности. Методика использования критериев, показателей в оценивании уровней эффективности политических PR-технологий.</p>
<p>4.Технологии политической рекламы и PR в системе политического менеджмента</p>	<p>Политическая реклама и PR как информационно-психологические факторы воздействия на сознание, культуру поведения и политические действия субъектов политики. Характеристика политической рекламы и PR как коммуникативных технологий политического менеджмента.</p> <p>Специфика политической рекламы и PR в системе политического менеджмента и обеспечении продуктивной деятельности политического актора. Условия использования возможностей политической рекламы, агитации, пропаганды и PR для повышения авторитета политического актора. Психологическая структура, механизмы и условия влияния рекламы и PR на формирование эффективного имиджа политического лидера.</p>
<p>5.Условия эффективного рекламного и PR-воздействия на развитие организационной культуры, мотивации и карьерного роста субъектов политики</p>	<p>Системная характеристика рекламной и PR-деятельности. Основные направления развития организационной культуры, отношений и поведения в политической команде как объект рекламного и PR-воздействия. Функции и механизмы по их реализации.</p> <p>Профессиональная деятельность субъектов политики как объект рекламного воздействия. Направленность и содержание рекламного PR-воздействия на развитие мотивации достижения в профессионализации и самореализации как субъекта политики.</p>
<p>6.Особенности организации рекламной и PR-деятельности в политических кампаниях</p>	<p>Место и функции политической рекламы и PR в системе органов государственной власти и управления и общественных объединений.</p> <p>Анализ влияния политической рекламы и PR на процессы политической социализации в обществе. Условия эффективного влияния политической рекламы и PR на политическое настроение и поведение различных социальных групп.</p> <p>Цель, функции и особенности организации рекламной деятельности в политических кампаниях. Особенности использования политической рекламы и PR как эффективного убеждающего воздействия в кампаниях политического лоббирования, развития имиджа политического лидера, политического</p>

	консультирования. Место и содержание политической рекламы и PR в избирательной кампании. Психологические условия и особенности организации политической рекламы в процессе избирательной кампании.
--	---

Разработчиком является

**Доцент, кафедра политического анализа и управления,
О.Е. Гришин**

должность, наименование кафедры, инициалы, фамилия

**Заведующий кафедрой
Политического анализа и
управления**

наименование кафедры

В.М. Платоно

подпись

инициалы, фамилия