

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.06 «Государственный и политический маркетинг в СМИ»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц

Цель дисциплины: сформировать у студентов целостное представление о теории и практике современного политического маркетинга как системе управленческих технологий, которыми в политическом процессе пользуются акторы разного уровня для реализации своих целей и программ и для одновременного воздействия на поведение граждан.

Задачи дисциплины:

- дать теоретические знания в рамках основных разделов политического маркетинга;
- научить студентов определять круг задач в проектной работе в СМИ и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих норм избирательного законодательства, имеющихся ресурсов и ограничений;
- сформировать у обучающихся понимание социального смысла и роли государственного участия в функционировании СМИ, природы общественного мнения, а также знания основных методов его изучения;
- выработать у студентов в ходе лабораторных занятий навыки коллективной проектной работы, а именно: реализации избирательных проектов разного уровня, стратегического планирования информационного обеспечения политической кампании, продвижении журналистских продуктов на медийном рынке средствами политического маркетинга.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Государственный политический маркетинг в СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Содержание курса «Государственный политический маркетинг в СМИ» является логическим продолжением и развитием комплекса теоретических знаний, полученных студентами в результате овладения следующими дисциплинами: «Политология», «Основы журналистской деятельности», «Аналитическая журналистика», «Психология журналистики». Усвоение знаний по дисциплине «Государственный политический маркетинг в СМИ» создаст необходимую базу для дальнейшего изучения обучающимися дисциплины «Политическая журналистика».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	
ИУК-2.1. Знает необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.	Знает избирательное законодательство и основные нормативно-правовые документы, регламентирующие избирательный процесс в РФ, а также функции СМИ в нем.
ИУК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели.	Умеет разрабатывать проекты по освещению российских избирательных кампаний разных уровней в печатных и электронных СМИ, а также на платформах новых медиа
ИУК-2.3. Владеет оптимальными способами решения поставленных задач.	Владеет навыками анализа и освещения общественно-политической ситуации, в стране (регионе), складывающейся в ходе избирательного процесса.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.1 Знает запросы и потребности аудитории.	Знает природу и механизмы формирования общественного мнения

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-4.2 Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории	Умеет анализировать динамику изменения общественного мнения, а также выявлять ключевые факторы, влияющие на этот процесс.
ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающим запросам и потребностям аудитории	Владеет методами взаимодействия с общественным мнением.
ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ	
ИПК-1.1. Знает технологию создания журналистских произведений, их структурно-композиционную специфику.	Знает основы проектной деятельности, паблик рилейшнз и рекламы
ИПК-1.2. Умеет создавать материалы для различных журналистских жанров.	Уметь планировать работу по освещению в СМИ избирательной кампании.
ИПК-1.3. Владеет навыками поиска и оценки информационных поводов, стилистикой различных журналистских жанров.	Владеет навыками медиапланирования и паблик рилейшнз.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Становление современной системы коммуникаций политического маркетинга в России	8	2	2	-	4
2.	Политические коммуникации в публичной сфере. Маркетинговые способы организации политического дискурса: паблик рилейшнз и реклама	8	2	2	-	4
3.	Политические коммуникации в публичной сфере. Немаркетинговые способы организации политического дискурса: пропаганда и агитация.	8	2	2	-	4
4.	Политический имиджмейкинг. Роль СМИ в формировании имиджа политического актора.	8	2	2	-	4
5.	Взаимодействие СМИ с общественным мнением в политических кампаниях.	8	2	2	-	4
6.	СМИ в избирательном процессе: роль, функции, задачи	8	2	2	-	4
7.	Современные практики политического спичрайтинга. Политические телевизионные дебаты	12	2	4	-	6
8.	Новые технологии политической коммуникации в мультимедийном пространстве.	8	2	2	-	4
ИТОГО по разделам дисциплины		68	16	18	-	34
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	2	2	-	
Промежуточная аттестация (ИКР)		4,3	2	2,3	-	
Подготовка к текущему контролю		6	3	3	-	
Общая трудоемкость по дисциплине		108	23	25,3	-	

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен.

Автор Щербаль С.С., канд. полит. наук, доц.