

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

**УТВЕРЖДЕНА:**  
на заседании кафедры  
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR»**

---

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

---

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

---

Квалификация: Бакалавр

---

Форма обучения: очная

---

Документ подписан простой электронной подписью Составитель программы: Другова Елена Сергеевна Дата подписания: 14.06.2025
---

Документ подписан простой электронной подписью Утвердил: Вайрах Юлия Викторовна Дата подписания: 18.06.2025
---

Документ подписан простой электронной подписью Согласовал: Другова Елена Сергеевна Дата подписания: 14.06.2025
--

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

**1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

**1.1 Дисциплина «Политический PR» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения**

<b>Код, наименование компетенции</b>	<b>Код индикатора компетенции</b>
ПКР-6 Способность оценивать и регулировать работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	ПКР-6.1

**1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы**

<b>Код индикатора</b>	<b>Содержание индикатора</b>	<b>Результат обучения</b>
ПКР-6.1	Способен анализировать эффективность процесса, координировать работу рекламного агентства и внедрять эффективные методики в сферу политических рекламных технологий	<p><b>Знать</b> содержание и типологию базовых понятий политического PR, подходы к их определению; возможности и ограничения различных видов СМИ, формы и методы работы с ними, приемы создания новостей; технологии проведения политических PR-кампаний, их особенности в различных политических процессах (рекрутинга и построения коалиций, имиджирования, антикризисного PR, в системе государственного и муниципального управления, избирательных кампаний)</p> <p><b>Уметь</b> выстраивать стратегии представления политической и политологической информации с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории; применять специальные знания о базовых понятиях политического PR, технологиях работы со СМИ, проведения политических PR-кампаний и их особенностях в различных политических процессах для организации и координации проведения политических кампаний различного формата, внутривосударственных и международных мероприятий, политического позиционирования органов власти, политических партий и общественно-политических объединений, международных организаций,</p>

		<p>органов местного самоуправления, бизнес-структур, международных организаций, и других участников политического процесса</p> <p><b>Владеть</b> способностью выстраивать стратегии представления политической и политологической информации с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории; применять специальные знания о базовых понятиях политического PR, технологиях работы со СМИ, проведения политических PR-кампаний и их особенностях в различных политических процессах для организации и координации проведения политических кампаний различного формата, внутригосударственных и международных мероприятий, политического позиционирования органов власти, политических партий и общественно-политических объединений, международных организаций, органов местного самоуправления, бизнес-структур, международных организаций, и других участников политического процесса</p>
--	--	--

## 2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Политический PR» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Антикризисный PR», «Основы public relations», «История рекламы и связей с общественностью»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Производственная практика: преддипломная практика», «Производственная практика: профессионально-творческая практика»

## 3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 4 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 6
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Аудиторные занятия, в том числе:	48	48
лекции	32	32
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	16	16

Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	60	60
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет	Зачет

#### 4 Структура и содержание дисциплины

##### 4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

##### Семестр № 6

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Политический PR в системе социально-политической коммуникации	1, 2, 5	9			1	2			
2	Политический PR как механизм коммуникации между политическими игроками.					2	2	1	20	Доклад
3	Политический PR как инструмент политической борьбы	3, 4, 10	9			3	2			
4	Отличия PR от иных форм коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики.									Творческое задание
5	Каналы связи в политическом PR.	7	3			4, 5	6	3	20	
6	Неоинституциональный подход к анализу транзакционных издержек при организации различных форм PR-процессов.									Творческое задание
7	Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	8	3							
8	Значимость политических									

	решений по экологическому регулированию.									
9	Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации	9	3							Доклад
10	Политический PR и современная партийная политика	6	3							
11	Медиатизация партийной политики. Политический PR и особенности институционализации партийных систем в постсоветских государствах. Политический	11	2			6	4	2	20	Творческое задание
	Промежуточная аттестация								36	Зачет
	Всего		32				16		96	

#### 4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

##### Семестр № 6

№	Тема	Краткое содержание
1	Политический PR в системе социально-политической коммуникации	Теоретические подходы к интерпретации сути политического PR. Функции PR в политической системе. Политический PR в условиях демократии, автократии, гибридного режима. Политический PR и проблема олигархии.
2	Политический PR как механизм коммуникации между политическими игроками.	Взгляды теоретиков полиархии и неомарксистов на современные формы связей с общественностью в политической сфере. Политический PR и социально-политическая модернизация обществ. Краткая история эволюции политического PR в ключевых странах Запада. Дебаты о политическом PR в контексте проблем постмодернизма как этапа развития ключевых государств Запада. Проблема глобализации и переноса западного опыта политического PR на не-западную почву.
3	Политический PR как инструмент политической борьбы	Политическая борьба как борьба за принятие стратегических решений. Востребованность коммуникативного обеспечения принятия стратегических решений. Сокращение издержек на социально-политическую коммуникацию при применении особых коммуникативных технологий, включая PR.
4	Отличия PR от иных форм	PR в публичной и непубличной политической борьбе: общее и особенное. Политический PR в

	коммуникативного обеспечения политики: пропаганды, рекламы, публицистики.	условиях медиакратизации политических процессов. Влияние контекста политической культуры на особенности политического PR как инструмента политики в различных обществах.
5	Каналы связи в политическом PR.	Манипулятивные и консоциативные методы продвижения коммуникативных сообщений в политическом PR. Пиаровские методы поднятия легитимности властных структур и негосударственных общественно- политических игроков.
6	Неоинституциональный подход к анализу транзакционных издержек при организации различных форм PR-процессов.	Роль медиа-каналов в политическом PR. Особенности коммуникаций с участием качественных печатных медиа и деловых телеканалов. Ключевые деловые телеканалы, участвующие в конкуренции на уровне global English.
7	Политический PR как технология обеспечения политических интересов бизнеса	Совокупность политических интересов бизнеса: регулирование, налоги, поддержание общих правил игры. Значимость политических решений по эксплуатации принципов экономической свободы или протекционизма.
8	Значимость политических решений по экологическому регулированию.	Значимость политических решений по миграции и/или международной интеграции. Финансирование крупным бизнесом политических и политико-информационных кампаний на уровне депутатов различных ассамблей, экспертов и журналистов. Особенности политического PR в бизнес-процессах стран континентальной Европы. Политический PR и тенденции к корпоративизации социально экономических и политических систем ряда государств континентальной Европы.
9	Особенности политического PR в странах постсоветской трансформации	Политический PR в эпоху политической трансформации после окончания «холодной войны». Политический PR в работе ключевых аналитических центров: восточноевропейский и российский опыт. Появление новых профессий коммуникативного характера. Создание PR-ассоциаций, появление корпоративных правил в работе специалистов по политическому PR.
10	Политический PR и современная партийная политика	Черты современной партийной политики и востребованность PR- инноваций. Картельные партиит(Р.Катц, П.Майр), электорально- профессиональные партии (Панебианко) на современном этапе.
11	Медиатизация партийной политики. Политический PR и особенности	PR в межпартийной и внутрипартийной конкуренции, в конфликтах на уровне фракций. Политический PR в условиях дискуссий о современном парламентаризме и электоральных

институционализации партийных систем в постсоветских государствах. Политический	реформах. Политические коммуникации с участием партий на международном уровне. Политический PR и феномен ограниченной публичной политической конкуренции в ряде постсоветских стран. Политический PR на площадках Совета Европы, ПА ОБСЕ, ПА НАТО, ПА ОДКБ, Европарламента.
---	---

#### 4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

#### 4.4 Перечень практических занятий

##### Семестр № 6

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Анализ политической риторики	2
2	Составление политической биографии	2
3	Разработка предвыборной кампании	2
4	Организация пресс-конференции	3
5	Анализ имиджа политического лидера	3
6	Работа с негативной информацией	4

#### 4.5 Самостоятельная работа

##### Семестр № 6

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	20
2	Подготовка к зачёту	20
3	Подготовка к практическим занятиям	20

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссии, Деловые игры, кейс-технологии

#### 5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

##### 5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

##### 5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим работам (Политический PR). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

##### 5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по самостоятельным работам (Политический PR). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

## **6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

### **6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля**

#### **6.1.1 семестр 6 | Доклад**

##### **Описание процедуры.**

Во время обучения в вузе студент должен выполнять различные виды работ, одной из них является доклад. Он является самым первым самостоятельным опытом исследования для студента. После доклада следуют рефераты, курсовые, дипломные и магистерские работы. Определение доклада Доклад представляет собой научно-исследовательскую работу, автор которой раскрывает суть исследуемой темы, рассматривает ее со всех точек зрения и высказывает собственный взгляд на проблему. Доклад бывает двух видов – устный и письменный. Однако не зависимо от его вида, в докладе должны сочетаться три качества исследователя – умение провести анализ и преподнести результаты исследования, а также ответить на поставленные вопросы.

Чтобы написать полноценный и качественный доклад студент должен придерживаться следующего плана работы: Прежде всего, необходимо подобрать и проанализировать источники по теме. Рекомендуются для работы использовать около 8-10 источников. Затем следует составить библиографию и приступить к обработке и систематизации материала, а также подготовке выводов и обобщений. Следующим этапом будет составление плана доклада и его написания. Завершающий шаг – публичное выступление.

При подготовке докладов-презентаций – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. При анализе данных вопросов и при раскрытии их в эссе необходимо учитывать структуру эссе. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры российской и зарубежной рекламы. Сделать вывод.

Темы докладов:

- 1 Востребован ли политический PR гражданским обществом (L- и M- парадигмы)?
- 2 Насколько обязан политическому PR своим успехом политик X (политик по выбору студента)?
- 3 Необходимо ли для продуктивного отношения политических игроков и общества развитой бизнес в сфере политического PR?
- 4 Мешает или помогает политический PR строительству сильного государства?
- 5 Мешает или помогает политический PR развитию социального капитала общества?
- 6 Мешает или помогает политический PR развитию демократии?
- 7 Мешает или помогает политический PR строительству политической нации?
- 8 Почему я согласен / не согласен с тезисом, что политический PR нужен только олигархам?
- 9 Востребован ли политический PR в гибридных политических режимах?
- 10 Востребован ли политический PR в авторитарных политических режимах?

##### **Критерии оценивания.**

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объём и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объёма и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность (таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов)Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов)Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

## 6.1.2 семестр 6 | Творческое задание

### Описание процедуры.

Цель выполнения творческого задания состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, подготовке студентов к самостоятельной научной деятельности, развитии и воспитании широко образованной, культурной, творческой, инициативной и предприимчивой личности. Выполнение творческих заданий позволяет студентам находить необычные решения для поставленных задач, структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать психологические феномены соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Важнейшим условием развития творчества студентов является совместная с

преподавателем исследовательская деятельность. Она возможна лишь тогда, когда решается задача, ответ на которую не знает ни студент, ни преподаватель. В этих условиях задача превращается из учебной в научную или прикладную проблему, что побуждает к творческой деятельности. Особое значение приобретают мотивы самореализации, социальные мотивы, мотивы соревнования и др., для актуализации этих мотивов и формирования внутренней мотивации особое значение имеет личностная включённость преподавателя в совместную деятельность со студентом.

Пример задания:

- 1 Проведите SWOT-анализ для КППФ и предложите потенциальную схему проведения политической PR-кампании для кандидата от этой партии на муниципальном уровне.
- 2 Приведите примеры наиболее успешных политических брендов 2010-х гг.

### **Критерии оценивания.**

Критерии оценки:

- соответствие содержания творческой работы заявленной тематике
- актуальность конкурсной работы
- полнота и образность раскрытия темы
- глубина содержания и уровень раскрытия темы
- творческая индивидуальность
- оригинальность идеи, новаторство, творческий подход
- перспективность внедрения в практику
- выраженность гражданской позиции
- выразительность применяемых методов
- социальная значимость

Суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

## **6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

### **6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации**

<b>Индикатор достижения компетенции</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации</b>
ПКР-6.1	Анализирует эффективность процесса и координирует работу рекламного агентства, внедряет проекты методик в сферу политических рекламных технологий.	Устный опрос и/или тестирование

## **6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации**

### **6.2.2.1 Семестр 6, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине**

#### **6.2.2.1.1 Описание процедуры**

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к зачету выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К зачету допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Зачет проводится на последнем или предпоследнем занятии.

Если студент имеет за зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Оценка за зачет является определяющей для выставления итоговой оценки по предмету, но не окончательной.

Студентам, отсутствующим во время проведения зачета, итоговая оценка по предмету может быть выставлена по оценкам текущей успеваемости при условии, что он полностью выполнил учебную программу.

Студенты, отсутствующие во время проведения зачета или получившие оценку «неудовлетворительно», сдают зачет во внеурочное время.

К зачету по дисциплине допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины.

Вопросы к зачету

1 PR-обеспечение политики стран Запада на уровне ключевых международных институтов и организаций.

2 PR-обеспечение для политики экономических и персональных санкций.

3 PR-обеспечение современной внешней политики России.

4 PR-обеспечение антимонопольной политики в России.

5 Применение политической психологии для политического PR.

6 Специфика связей с общественностью в условиях демократии или демократического элитизма: «оптимистические» трактовки.

7 Специфика связей с общественностью в условиях роста политической значимости электронных социальных сетей.

8 Политическая коммуникация в политических режимах с ограниченной публичной политической конкуренцией.

9 Связи с общественностью в работе Администрации Президента РФ.

10 Связи с общественностью в работе Председателя Правительства РФ и его основных заместителей.

11 Связи с общественностью в работе МИД РФ.

12 Связи с общественностью в работе Госдумы РФ.

13 Связи с общественностью в работе Совета Федерации РФ.

14 Функции PR в политической сфере.

15 Особенности профессиональной работы политического PR-менеджера.

16 Развитие политического PR в США.

17 Развитие политического PR в постсоветской России.

18 Политический PR в региональных компаниях: российский опыт.

19 Взаимосвязь исторических «войн памяти» с политическим PR.

20 Особенности правового обеспечения политического PR в России.

21 Основные игроки на рынке политического PR в современной России.

- 22 Основные каналы связи в политическом PR: технологические аспекты.  
 23 Влияние тенденций в развитии современного гуманитарного знания на политический PR.  
 24 Основные коммуникационные тактики в политическом PR.  
 25 Формирование политического имиджа: методы и подходы.

#### 6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Зачтено	Не зачтено
<p>Знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Умеет логически верно и ясно строить устный и письменный ответ; умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач;</p> <p>Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации; владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации в области рекламных материалов и политического PR.</p>	<p>Не знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; не знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Не умеет логически верно и ясно строить устный и письменный ответ; Не умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач;</p> <p>не владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации;</p> <p>Не владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации в области рекламных материалов и политического PR.</p>

#### 7 Основная учебная литература

1. Власть как социально-политический институт : учебно-методическое пособие для всех форм обучения и всех специальностей / Иркут. гос. техн. ун-т, 2002. - 35.
2. Краткий политический словарь / ред., сост.: Л. А. Оников, Н. В. Шишлин, 1987. - 509.

#### 8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Ситников А. П. . Политический консалтинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 521500 "Менеджмент" / А. П. Ситников, И. В. Огарь, Н. С. Бахвалова, 2004. - 622.
2. Туронок С. Г. Политический анализ: курс лекций : учеб. пособие для управленч. специальностей вузов / С. Г. Туронок, 2005. - 359.
3. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент : учеб. пособие для управленч. специальностей вузов / Г. В. Пушкарева, 2002. - 399.

#### 9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

### **10 Профессиональные базы данных**

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

### **11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем**

1. Microsoft Windows Seven Professional (Microsoft Windows Seven Starter) - Seven, Vista, XP\_prof\_64, XP\_prof\_32 - поставка 2010
2. Microsoft Office 2007 Standard - 2003 Suites и 2007 Suites - поставка 2010

### **12 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Мультип.проектор ViewSonic PJ406D
2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120