

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания по анализу конфликтных ситуаций и выработке стратегий их разрешения;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к зачету.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы PR в политике.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Понятия: технология – социальная технология – политическая технология – PR-технология.
2. PR-технологии в политике: технологии изучения общественного мнения; технологии работы с информацией; технологии отношений со СМИ; создание имиджей; реклама; переговорные технологии; лоббизм; технологии работы с персоналом.
3. Модели политической мифологии.

Основные понятия: технология, PR-технологии в политике, общественное мнение, СМИ, имидж, реклама, переговоры, лоббизм, персонал, пропаганда, политическая мифология.

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Выполнить творческие работы по темам:

- Типология PR-технологий в сфере политики.
- Классификация задач связей с общественностью в избирательной кампании.
- Предмет, субъекты, объекты, коммуникативные каналы связей с общественностью?
- Политическая пропаганда — цели, задачи, предмет, объекты, субъекты.

- Лоббирование как технологический процесс;
- Миф как политический гипертекст;
- Сила экранного зрелища («Слуга народа», «Триумф воли»);

Литература: [1— С. 8-25, 172-190;2— С. 25-27;3— С. 255-299;6— С. 386-427].

Тема 2. Медиастратегии в политической кампании. Политические PR и реклама в прессе, на телевидении, в интернете.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Медиастратегии в политической кампании.
2. Новостные события в политических кампаниях.
3. Прямая политическая реклама в СМИ (ТВ, радио, газеты, Интернет).
4. Косвенная реклама в СМИ. Поддержки авторитетов. Распространение плакатов, листовок, портретов. Лозунг, слоган, программа, обещания.
5. Нетрадиционная реклама. «Экологически чистая» наружная реклама. Размещение АПМ под дворник машины. Рекламные щиты. Автоматический обзвон с заранее записанным текстом. «Произведения искусства».

Основные понятия: медиастратегия, новости, прямая реклама, косвенная реклама, нетрадиционная реклама, плакаты, листовки, портреты, лозунг, слоган, программа, обещания.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Выполнить творческие работы по темам:
 - Медиастратегии в политической кампании.
 - Политическая реклама – функции, предмет, субъекты, объекты, коммуникативные каналы.
 - Политические PR и реклама в прессе (формы политической PR-коммуникации в прессе, типы текстов, примеры удачных и неудачных публикаций).
 - Политические PR и реклама в интернете (виды, особенности).
 - Особенности вербальной и невербальной коммуникации на телевидении. Примеры.
 - Нетрадиционная политическая реклама.
3. Выполнить анализ политической рекламы на телевидении, в прессе, в интернете, основываясь на рекомендациях, полученных на занятиях: Польза. Ограничения. Отыгрыш.

Литература: [4— С. 238-263, 296-299;6— С.467-489].

Тема 3. Основы агитационно-рекламной работы в политических кампаниях.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Классификации рекламно-агитационных продуктов.
2. Задачи агитационно-рекламной работы.

3. Особый порядок изготовления и распространения агитационной продукции в период выборов.
4. Информационные плакаты. Стикеры. Листовки. Газеты. Буклеты. Брошюры. Письма и открытки избирателям. Календари.
5. Наружная реклама: на призматронах, растяжках, билбордах, ситиформатах, скроллерах, больших плазменных экранах, воздушных шарах. Граффити.
6. Сувенирная продукция: фирменные футболки, брелоки, накидки, флажки, ручки, пакеты.

Основные понятия: рекламно-агитационные продукты, информационный плакат, наружная реклама, сувенирная продукция, выборы.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Выполнить творческие работы по темам:
 - Как организовать эффективную листовочную кампанию?
 - Политическая листовка (каналы распространения, особенности, листовки имиджевого характера, типы литовок).
 - Политические плакаты и афиши.
 - Основные виды интернет-ресурсов в политических кампаниях и формы их воздействия на избирателей.
3. Деловая игра: Работа в парах:
 - Подготовка плаката, листовки, брошюры (реклама любой информации (о кандидате, о митинге, о конференции ...) Вторая листовка, афиша или плакат – антиреклама кандидата, мероприятия...)
 - Расшифровка: что вы хотели донести, к какому виду относится листовка/плакат (из перечисленных в раздаточном материале), почему, и какова должна была быть реакция, где вы собираетесь распространять листовки или плакаты или афиши).
 - Презентация материалов.
 - Проведение фокус-группы по анализу подготовленного материала.

Литература: [4— С. 238-263, 296-299;5— С. 125-259;6— С.467-489].

Тема 4. Публичные технологии агитационно-пропагандистской работы.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Публичные технологии.
2. Структура публичной речи.
3. Психологические уловки во время публичных дебатов и методы противодействия им.
4. Кампания «От двери к двери».

Основные понятия: публичные технологии, выступление, дебаты, речи, структура речи, воспроизведение речи, психологические уловки.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Выполнить творческие работы по темам:
 - Публичные технологии агитационно-пропагандистской работы.
 - ПР- требования к устному выступлению (виды публичной речи, подготовка выступления, манера речи, непредвиденные ситуации).
 - Особенности выступления политика на телевидении.
 - Политические теледебаты. Психологические уловки во время публичных дебатов и методы противодействия им.
 - Технология «Партизанская атака» и технологии противодействия.
 - Технология «Фронтальная атака» и технологии противодействия.
3. Деловая игра: Дебаты кандидатов/лидеров:
 - Обозначение тематики выступления (программа, событие и тд.) – 3-5 минут выступление (можно взять реальную ситуацию, освещенную в СМИ).
 - Вопросы (нападение) конкурента и его команды.
 - (Технологии снижения имиджа конкурента).
 - Ответы кандидата и его команды.
 - (Стратегии восстановления имиджа).
 - Вопросы зрителей.
 - Ответы кандидата и его команды.
 - Предварительное голосование.

Литература: [4— С. 274-296;6— С. 440-453, 488-497].

Тема 5. Менеджмент специальных событий в сфере политики.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Организация массовых публичных акций.
2. План проведения специального события.

Основные понятия: митинг, демонстрация, забастовка, пикет, хэппенинг, перформанс.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Выполнить творческие работы по темам:
 - Разработка и защита плана проведения специального события.
 - Особенности проведения специального события в правовом поле РФ.

Литература: [6— С. 497-506,].

Тема 6. Развитие мотивации и управление общественным мнением.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Роль коммуникаций в формировании общественного мнения.
2. Работа с группами специальных интересов.
3. Технология формирования групп по защите интересов граждан.
4. Технология создания слухов. Методы их блокирования.

Основные понятия: общественное мнение, группа специальных интересов, слухи, блокировка слухов.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Выполнить творческие работы по темам:
 - Технологии управлением общественным мнением.
 - Манипуляции общественным мнением.
 - Роль СМИ и политической рекламы в манипуляциях общественным сознанием. Технологии «цветных революций» и алгоритм смены политического режима. Технологии противодействия «цветным революциям».
 - Технология формирования групп по защите интересов граждан.

Литература: [4— С. 122-149;6— С. 528-538]

Тема 7. Пограничные и антиконституционные технологии: меры противодействия.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

1. Пограничные и антиконституционные технологии. Черный PR.

Проведение «грязных» политических кампаний.

2. Стратегии снижения имиджа конкурента.
3. Меры противодействия.

Основные понятия: черный PR, «грязные» политические кампании: админресурс, подкуп избирателей, двойники, битва компроматов, досрочное голосование, конкуренция, репутация, имидж.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Выполнить творческие работы по темам:
 - Пограничные и антиконституционные PR-технологии. Меры противодействия.
 - Суть PR-стратегий снижения имиджа конкурента.

Литература: [4— С. 209-238;6— С. 538-541, 557-566, 547-550;7— С. 307-318]