

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра государственного управления и отраслевых политик

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

«Внутренняя политика и лидерство»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ
Б1.В.13

краткое наименование дисциплины: Полит. маркетинг

по направлению подготовки:

38.03.04 Государственное и муниципальное управление

формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора – 2024

1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.13 «Политический маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях	ПКс -1.1 (на всех формах обучения)	Способность применять политические технологии при организации политических кампаний и управлении общественным мнением
ПКс-2	Способен формировать и продвигать имидж политического лидера и его команды в общественном мнении	ПКс -2.2 (на всех формах обучения)	Способность осуществлять разработку стратегий позиционирования и формирования имиджа политического лидера и его команды

2. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины	3 з.е./ 108 а.ч. / 81 астр.ч.
количество академических часов очной формы обучения, выделенных	
на занятия лекционного типа	16 а.ч.
на занятия семинарского типа	16 а.ч.
на самостоятельную работу студентов	74 а.ч.
индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками	2 а.ч.
на промежуточную аттестацию	0 а.ч.
количество академических часов очно-заочной формы обучения, выделенных	
на занятия лекционного типа	8 а.ч.
на занятия семинарского типа	16 а.ч.
на самостоятельную работу студентов	73 а.ч.
индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками	2 а.ч.
на промежуточную аттестацию	9 а.ч.

3. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СРО	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Раздел 1	Теоретические основы политического маркетинга	38	6		6		26	

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СРО	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1.1	Сущность и структура политического маркетинга	14	2		2		10	Д-П УО
Тема 1.2	История и становление системы коммуникаций политического маркетинга	12	2		2		8	Д-П
Тема 1.3	Политика в терминах маркетинга	12	2		2		8	ПК Т
Раздел 2	Прикладные аспекты политического маркетинга	68	10		10		48	
Тема 2.1	Исследования в политическом маркетинге.	14	2		2		10	УО
Тема 2.2	Планирование политических кампаний	14	2		2		10	Д-П
Тема 2.3	Прямая политическая реклама	14	2		2		10	Д-П
Тема 2.4	Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	14	2		2		10	Д-П
Тема 2.5	Использование медиа в политических кампаниях	12	2		2		8	Т
Промежуточная аттестация						2		3
		108	16		16	2	74	ак.ч.
		3	0,44		0,44	0,06	2,06	З.Е.
Всего:		81	12		12	1,5	55,5	ас.ч.

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы заданий текущего контроля успеваемости: опрос (УО), тестирование (Т), доклад-презентация (Д-П), проверка конспекта (ПК) и др.

** формы промежуточной аттестации: зачет (3)

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СРО	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Раздел 1	Теоретические основы политического маркетинга	34	3		6		25	
Тема 1.1	Сущность и структура политического маркетинга	14	1		2		10	Д-П УО
Тема 1.2	История и становление системы коммуникаций политического маркетинга	14	1		2		10	Д-П
Тема 1.3	Политика в терминах маркетинга	9	1		2		5	ПК Т
Раздел 2	Прикладные аспекты политического маркетинга	63	5		10		48	
Тема 2.1	Исследования в политическом маркетинге.	14	1		2		10	УО
Тема 2.2	Планирование политических кампаний	14	1		2		10	Д-П
Тема 2.3	Прямая политическая реклама	14	1		2		10	Д-П
Тема 2.4	Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	14	1		2		10	Д-П
Тема 2.5	Использование медиа в политических кампаниях	12	1		2		8	Т
Промежуточная аттестация		9				2		3
		108	8		16	2	73	ак.ч.
		3	0,44		0,44	0,06	2,03	З.Е.
Всего:		81	12		12	1,5	54,75	ас.ч.

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

* формы заданий текущего контроля успеваемости: опрос (УО), тестирование (Т), доклад-презентация (Д-П), проверка конспекта (ПК) и др.

** формы промежуточной аттестации: зачет (3)

4.Форма промежуточной аттестации: зачет

5.Основная литература

1. Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 280 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения: 08.02.2022). - Загл. с экрана.
2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 244 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/428193> (дата обращения: 08.02.2022).