

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,  
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ  
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет  
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



УТВЕРЖДАЮ  
декан факультета

2025 г.

## Политическая реклама и PR

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **илософии** . . .

Учебный план g41040440\_24\_12п гп.plx  
Направление подготовки 41.04.04 - РФ, 530200 - КР Политология  
Магистерская программа "Государственная политика и PR"

Форма обучения **очная**

Программу составил(и): д.и.н., профессор, Джунушалиева Г.Дж.

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя 14			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	10	10	10	10
Практические	22	22	22	22
Контактная работа в период экзаменационн ой сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	8	8	8	8
В том числе в форме практ.подготов ки	4		4	
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32,3	32,3	32,3	32,3

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Рабочая программа по учебной дисциплине «Политическая реклама и PR» подготовлена в соответствии с учебными планами специальности и предназначена для студентов очной формы обучения при изучении данного курса. Программа включает в себя цель и задачи дисциплины, место дисциплины в профессиональной подготовке выпускников, требования к уровню освоения содержания курса, объем дисциплины, виды учебной работы и формы контроля в соответствии с учебным планом специальности по формам обучения, тематический план дисциплины, содержание дисциплины, планы семинарских занятий, темы эссе и рефератов, учебно-методические материалы по дисциплине, формы текущего, промежуточного, рубежного и итогового контроля, самостоятельную работу студентов. Цель данного курса - изучение «Политического PR и рекламы», а так же теоретическое осмысление основ PR и рекламы как научной дисциплины и практической деятельности. Ознакомление студентов с основами PR и рекламной деятельностью, особенностями PR и рекламных коммуникаций в политической сфере.
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Делопроизводство в государственных органах управления	
2.1.2	Управление политическими конфликтами	
2.1.3	Коммуникационный менеджмент	
2.1.4	Современная философия и социология	
2.1.5	Теоретические основы политического менеджмента	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Политическая система государства и ее кадровая политика	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия**

**Знать:**

Уровень 1	виды и особенности письменных текстов, устных выступлений;
Уровень 2	наиболее употребительную лексику общего языка и базовую терминологию своей профессиональной области профессиональную терминологию, способы воздействия на аудиторию
Уровень 3	классические и современные методы решения задач по выбранной тематике научных исследований

**Уметь:**

Уровень 1	подбирать иностранную литературу по теме исследования, анализировать профессионально ориентированные тексты на иностранном языке с целью извлечения информации и реферирования. иностранного языка в профессиональной и научной деятельности
Уровень 2	составлять аннотации, рефераты и писать тезисы и/или статьи, выступления, рецензии; принимать участие в дискуссии на иностранном языке по научным проблемам; обосновывать и отстаивать свою точку зрения; правильно ставить задачи по выбранной научной тематике, выбирать для исследования необходимые методы
Уровень 3	применять выбранные методы к решению научных задач, оценивать значимость получаемых результатов; объяснять учебный и научный материал; вести корректную дискуссию в процессе представления этих материалов

**Владеть:**

Уровень 1	государственным и изучаемым иностранными языками в целях их практического использования в профессиональной деятельности для получения информации из отечественных и зарубежных источников
Уровень 2	иностранном языком как средством межкультурной и межнациональной коммуникации в научной сфере
Уровень 3	навыками самостоятельной работы над языком, в том числе с использованием информационных технологий, диалогической речью в ситуациях профессионального и бытового общения.

**ПК-1: Способен осуществлять контроль в процессе организационно-правовой и исполнительской работы государственных органов**

**Знать:**

Уровень 1	сущность, особенности, основные приёмы и методы рекламной и PR-деятельности в политической сфере
Уровень 2	сущность, особенности, основные приёмы и методы рекламной и PR-деятельности в политической сфере
Уровень 3	основы медиапланирования

**Уметь:**

Уровень 1	составлять планы рекламных и PR- компаний
Уровень 2	проводить рекламные исследования и знать их методологию
Уровень 3	осуществлять оценку эффективности рекламной деятельности
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками политического анализа
Уровень 2	Механизмами рекламной и PR- деятельности
Уровень 3	Составлением сценария избирательной кампании

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
сущность, особенности, основные приёмы и методы рекламной и PR-деятельности в политической сфере; основные отличительные особенности рекламы и PR, а так же важности этой деятельности в сфере политики; формы проведения рекламных и PR- компаний; основы медиапланирования	
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
составлять планы рекламных и PR- компаний; подготавливать письменные и устные PR- материалы, тексты рекламных сообщений; разрабатывать сценарии организационно-представительских мероприятий; проводить рекламные исследования и знать их методологию; составлять медиапланы рекламных компаний; осуществлять оценку эффективности рекламной деятельности.	
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
Навыками политического анализа; Составлять сценарии избирательной кампании; Механизмами рекламной и PR- деятельности; Методологией каждого вида маркетинговых коммуникаций; Особенностями рекламной и PR- деятельности в России и в Кыргызстане в настоящее время; Законодательной базой рекламной деятельности РФ и КР.	