

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.05.2025 15:11:27
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Факультет истории, политологии и права
Кафедра политологии и права

Согласовано
деканом факультета истории, политологии и
права

« 16 » марта 2024 г.


/Багдасарян В.А./

Рабочая программа дисциплины
Политическая коммуникативистика

Направление подготовки
41.03.04 Политология

Профиль:
Политика и национальная безопасность

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная

Согласовано учебно-методической комиссией
факультета истории, политологии и права
Протокол «16» марта 2024 г. № 6
Председатель УМКом


/Курсикова Е.А./

Рекомендовано кафедрой политологии
и права

Протокол от «16» марта 2024 г. № 6
Зав. кафедрой

/Лескова И.В./

Мытищи
2024

Автор-составитель:

Лескова И.В. доктор социологических наук, кандидат политических наук, профессор

Рабочая программа дисциплины «Политическая коммуникативистика» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 41.03.04 Политология утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 23.08.2017г. № 814.

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной.

Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся.....	17
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.....	37
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины.....	61
7. Методические указания по освоению дисциплины.....	62
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	62
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	63

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Изучение дисциплины «Политическая коммуникативистика» направлено на формирование у бакалавров знаний о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, СМИ, особенностях их функционирования в современном мире; а также навыков и умений осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде. Цель программы заключается в создании условий для активной жизнедеятельности студентов, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Цель освоения дисциплины – являются:

- формирование у студентов расширенных и углубленных представлений о природе экспертной работы в сфере политики и государственного управления, о формировании профессиональных компетенций экспертов, об историческом становлении ролевых феноменов политических советников, консультантов, аналитиков и экспертов, об особенностях и перспективах персональной и коллективной работы в сфере политической экспертизы в настоящее время и в ближайшем будущем;
- знакомство с методами экспертной работы в сфере политики, включая методы персональной работы, мозгового штурма, метода Delfi и т.д.;
- развитие навыков работы с количественными и качественными данными, нестрогими множествами данных, прикладной работе с политиками и чиновниками и т.д.

Задачи дисциплины:

- изучить становление и развитие теории политической коммуникативистики;
- определить значение и роль политико-коммуникационного процесса в системе политической жизни, его место и функции в структуре современного научного знания и практической деятельности;
- провести сравнительный анализ моделей массовой коммуникации (теоретический аспект);
- рассмотреть этапы и характеристики массовой информационно-коммуникационной политической системы, коммуникативный потенциал Интернета;
- изучить методы и способы организации немаркетингового и маркетингового политического дискурса;
- проанализировать конкретные политико-коммуникационные ситуации (информационные избирательные кампании, в области информационной безопасности);
- изучить технологии политической рекламы, информационного лоббизма и процедур решения коммуникационных задач в современных властно-управленческих структурах.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины студент должен:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

СПК-1. Способен владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире

СПК-2. Способен участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний

СПК-3. Способен подготовить, структурировать и редактировать информационные и информационно-аналитические тексты, собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам, готовить аналитические записки, справки, проводить оценивание рейтингов субъектов политического процесса и анализировать их информационные материалы

СПК-8. Способен к консультированию органов государственной власти и местного самоуправления, субъектов политического процесса по вопросам разработки нормативных правовых актов, государственных программ, стратегий, прогнозов, иных документов, по вопросам реализации отраслевых направлений государственной политики, а также способен консультировать субъекты политического процесса по вопросам участия в политических кампаниях, проведения политических кампаний

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной.

Дисциплина изучается в пятом семестре и является одним из важных звеньев в системе подготовки бакалавров. Дисциплина относится к циклу профессиональных, базовых дисциплин. В процессе изучения материала студенты должны усвоить теоретические, методологические, методические и прикладные основы политической коммуникативистики в их единстве. Это позволит понять междисциплинарный характер этой дисциплины, современную проблематику и технологию решения задач в сфере политико-коммуникационной деятельности, способы организации и проведения научных исследований и разработок. А также позволит самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современной политической жизни и в системе государственно-властного управления различного уровня. Курс входит в число общепрофессиональных дисциплин, формирующих подготовку бакалавра в области политологии. Он тесно связан с общими политологическими дисциплинами.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Формы обучения	
	Очная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в часах	108	108(20) ¹
Контактная работа	54,2	20,2
Лекции	18	8(8) ²
Практические занятия	36	12(12) ³
Из них, в форме практической подготовки	36	12
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2	0,2
Зачет	0,2	0,2
Самостоятельная работа	46	80
Контроль	7,8	7,8

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

² Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

³ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Форма промежуточной аттестации – зачет в 5 семестре по очной форме обучения и по очно-заочной форме обучения

3.2. Содержание дисциплины

По очной форме обучения

Наименование разделов (тем) Дисциплины с кратким содержанием	Кол-во часов		
	очная		
	Лекции	Практические занятия	
		Общее количе ство	Из них, в форме практической подготовки
Тема 1. Массово- коммуникационные процессы в сфере политики и мире Массовая информационно-коммуникационная система: понятие, сущность и отличительные черты. Моделирование и модели массовой коммуникации. Подходы Г. Лассуэла, Ю. Хабермаса, П. Далгрена. Основные свойства массово-коммуникационной системы. Типы распространения информации: технический и гуманитарный подход. Структура массово- коммуникационной системы. Роль массовой коммуникации в обеспечении способов информировании общества	2		
Тема 2. Формирование и функционирование системы СМИ и каналов массовой коммуникации: этапы и политические функции Основные этапы формирования системы СМИ. Сущность, структура и функции СМИ. Повышение их значения в современном мире с учетом информационно- технологического своеобразия эпохи. Новая роль СМИ. Особенности действия правительственных, независимых, и оппозиционных СМИ. Основные теории СМИ.	2		

Тема 3. Общественное мнение, политическая власть и СМИ. Работа со СМИ. Медиарилейшенз Общественное мнение как социально-политическое явление, его структура и функции. Причины обращения к общественному мнению. Особенности взаимодействия массовой коммуникации и общественного мнения. Процесс производства общественного мнения. Механизм воздействия массовой коммуникации на общественное мнение. Методы изучения общественного мнения массовой коммуникацией. Использование общественного мнения СМИ. Легитимность выражения общественного мнения через СМИ. Моделирование общественного мнения через опросы СМИ и его стереотипизация	2		
Тема 4. Управление политическими коммуникациями в кризисных ситуациях. Эффективность коммуникации в профессиональной среде Государство как субъект на информационном рынке. Общность массовой коммуникации со всеми элементами политической системы. Адекватность СМИ структуре основных политических сил. Проблемы функционирования СМИ в условиях тоталитаризма. СМИ как средство контроля за деятельностью личности и общества. Конфиденциальность информации и всеохватывающий ее контроль. Информационная монополия в кризисном социуме. Осуществление информационного потока исключительно «сверху вниз». Свобода в функционировании массовой коммуникации – основная черта и условие демократии. Отсутствие цензуры и ответственность перед обществом. Особенности журналистики как рода творчества. Влияние массовой коммуникации на политические			

процессы. Кризисный политический маркетинг. Немаркетинговые и маркетинговые свойства кризисной коммуникации. Интеллектуальные основы ее формирования			
Тема 5. Способы организации политического дискурса (политрынок, имиджмейкинг, PR). Разработка коммуникационной стратегии Понятие и сущность политического рынка, его информационное содержание. У. Андерсон, Дж. Бьюкенен. Сегментация политического рынка и информационные стратегии на нем. Коммуникация «заказчик – эксперт (консультант)», «исполнитель и потребитель». Политический имидж как коммуникационная единица между агентами политического рынка. Его составляющие и условия успеха. Конструирование образа и реальный облик. Имиджмейкер. Сущность PR в политике, его отличительные особенности. Коммуникационные технологии политического пиара, их ориентированность. Современные PR – технологии. PR в политическом управлении	2		

Тема 6. Государственная политика в области информационной безопасности и ее правовые основы. Политика развитых стран в отношении массовой коммуникации, основные ее составляющие. Норма права как социальная информация. Осуществление государством ряда законодательных мер по регулированию массово-коммуникационных процессов. Защита свободы массовой информации. Гарантии информационной стабильности и улучшения информационного обеспечения населения. Социально- политическая ситуация в России в начале 90-х гг. и особенности правового регулирования массовой коммуникации. Двойственность позиции российской власти по отношению к массовой коммуникации в августе-декабре 1991 г. Законодательные меры российского государства в пользу политической системы. Господствующее положение независимых от государства СМИ в начале 90-х гг. Законы о СМИ от 27 декабря 1991 г. и 1995. Нормативно-правовые акты, принятые в 90-е и 2000-е годы. Правовое регулирование деятельности массовой коммуникации как основа безопасности современной России	2		
--	---	--	--

Тема 7. Интернет-технологии в политике. Особенности функционирования каналов массовой коммуникации и СМИ в современном мире Политический генезис Интернета. Возникновение Интернета как атрибута политической сферы. Интернет как информационные технологии двойного назначения: позитивного в политическом процессе и позиционированного в политическом пространстве. Интернет-технологии в организации избирательного процесса, в принятии политических решений, в создании сетевых ресурсов информационных кампаний и политических проектов, борьбы с конкурентами. Интернет и изменение современного поля политики – одновременность вовлечения во взаимоотношения с властью. Преференции и абсурдность информации. Электронное правительство	2	6	6
Тема 8. Политика и политическая деятельность. Сущность политической коммуникации Политика как сфера деятельности и форма организации отношений, взаимодействия, коммуникации между людьми. Соотношение между понятиями «политика» и «управление», «коммуникация», «управление», «социальная коммуникация» и «политическая коммуникация». Коммуникационное определение политической системы общества. Структурно- функциональная модель политической системы, функциональная специализация и взаимодействие ее подсистем. Подсистема политической коммуникации как базис устойчивости политической системы. Предмет политической коммуникативистики. Основные	2	6	6

подходы к определению понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных политологов. Разграничение понятий «политическая информация» и «политически значимая информация» как необходимое условие для отграничения политической коммуникации от других видов информационного взаимодействия в социальной сфере. Основные каналы распространения политически значимой информации. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. Информационно-коммуникативные системы в политике, различные основания их классификации.			
Тема 9. Теории и модели политической коммуникации Понятие микроуровня социально-политических исследований. «Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов». Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера. Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца. «Теория культивации» Дж. Гербнера. Концепция «установления повестки дня» («agenda-setting») Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов. Базовые модели политической коммуникации. Формула Лассуэлла и ее модификация Р. Брэдкоком.	2	6	6

Обобщенная модель коммуникационного процесса Дж. Гербнера. Проблема возможного искажения распространяемых сообщений: модель К. Шеннона и У. Уивера. Обратная связь в политической коммуникации: модели У. Шрамма и М. Дефлёра. Анализ эволюции форм политической коммуникации на основе моделей альтернативных видов движения информации (Й. Бордвик, Б. Ван Каам): «вещание», «диалог», «консультация», «регистрация». Тенденции замещения «униполярной» политической коммуникации «вещательного типа» интерактивными процессами.			
Тема 10. Язык политической коммуникации Вербальная политическая коммуникация. Понятие знака. Язык, речь, речевая деятельность, текст. Язык политики. Политическая метафора. Эвфемизмы в политике. Политический текст: лексико-стилистическая характеристика. Жанры политического текста. Дискурсивные характеристики политической коммуникации. Мем в политической коммуникации. Молчание как средство коммуникации в политике. Невербальная коммуникация.		6	6

Тема 11. Внутренние политические коммуникации Внутренние политические коммуникации. Маркетинговая технология и рекламные приемы организации публичных презентаций. Освещение кампании по телевидению. Выработка единой политической стратегии. Факторы успеха в политических коммуникациях. Результативность. Концептуализация. Политический стиль. Решение конфликтных ситуаций. Личная инициатива. Объективность мышления. Универсализм.		6	6
Тема 12. Прикладные аспекты политической коммуникации Трансформация базовых моделей политической коммуникации: от «формулы Лассуэлла» до концепции М. Дефлэра. Ранние представители политической коммуникации Развитие микроуровневых концепций политической коммуникации в 50-е–90-е гг. XX в. Эволюция форм политической коммуникации: от «униполярной» модели до интерактивных процессов. Политическая коммуникация и СМИ Интернет-коммуникация в политической сфере и ее возможности в сравнении с традиционными коммуникационными каналами.		6	6
Итого	18	36	36

По очно-заочной форме обучения

Наименование разделов (тем) Дисциплины с кратким	Кол-во часов	
	очно-заочная	
	Лек	Практические занятия

содержанием	ции	Общее количес тво	Из них, в форме практической подготовки
Тема 1. Массово- коммуникационные процессы в сфере политики и мире Массовая информационно-коммуникационная система: понятие, сущность и отличительные черты. Моделирование и модели массовой коммуникации. Подходы Г. Лассуэла, Ю. Хабермаса, П. Далгрена. Основные свойства массово-коммуникационной системы. Типы распространения информации: технический и гуманитарный подход. Структура массово- коммуникационной системы. Роль массовой коммуникации в обеспечении способов информировании общества	2 ⁴		
Тема 2. Формирование и функционирование системы СМИ и каналов массовой коммуникации: этапы и политические функции Основные этапы формирования системы СМИ. Сущность, структура и функции СМИ. Повышение их значения в современном мире с учетом информационно- технологического своеобразия эпохи. Новая роль СМИ. Особенности действия правительственных, независимых, и оппозиционных СМИ. Основные теории СМИ.	2 ⁵		
Тема 3. Общественное мнение, политическая власть и СМИ. Работа со СМИ. Медиарилейшенз Общественное мнение как социально-	2 ⁶		

⁴ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

⁵ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

⁶ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

политическое явление, его структура и функции. Причины обращения к общественному мнению. Особенности взаимодействия массовой коммуникации и общественного мнения. Процесс производства общественного мнения. Механизм воздействия массовой коммуникации на общественное мнение. Методы изучения общественного мнения массовой коммуникацией. Использование общественного мнения СМИ. Легитимность выражения общественного мнения через СМИ. Моделирование общественного мнения через опросы СМИ и его стереотипизация			
Тема 4. Управление политическими коммуникациями в кризисных ситуациях. Эффективность коммуникации в профессиональной среде Государство как субъект на информационном рынке. Общность массовой коммуникации со всеми элементами политической системы. Адекватность СМИ структуре основных политических сил. Проблемы функционирования СМИ в условиях тоталитаризма. СМИ как средство контроля за деятельностью личности и общества. Конфиденциальность информации и всеохватывающий ее контроль. Информационная монополия в кризисном социуме. Осуществление информационного потока исключительно «сверху вниз». Свобода в функционировании массовой коммуникации – основная черта и условие демократии. Отсутствие цензуры и ответственность перед обществом. Особенности журналистики как рода творчества. Влияние массовой коммуникации на политические процессы. Кризисный политический маркетинг. Немаркетинговые и	2 ⁷		

⁷ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

маркетинговые свойства кризисной коммуникации. Интеллектуальные основы ее формирования			
Тема 5. Способы организации политического дискурса (политрынок, имиджмейкинг, PR). Разработка коммуникационной стратегии Понятие и сущность политического рынка, его информационное содержание. У. Андерсон, Дж. Бьюкенен. Сегментация политического рынка и информационные стратегии на нем. Коммуникация «заказчик – эксперт (консультант)», «исполнитель и потребитель». Политический имидж как коммуникационная единица между агентами политического рынка. Его составляющие и условия успеха. Конструирование образа и реальный облик. Имиджмейкер. Сущность PR в политике, его отличительные особенности. Коммуникационные технологии политического пиара, их ориентированность. Современные PR – технологии. PR в политическом управлении		2 ⁸	2

⁸ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Тема 6. Государственная политика в области информационной безопасности и ее правовые основы. Политика развитых стран в отношении массовой коммуникации, основные ее составляющие. Норма права как социальная информация. Осуществление государством ряда законодательных мер по регулированию массово-коммуникационных процессов. Защита свободы массовой информации. Гарантии информационной стабильности и улучшения информационного обеспечения населения. Социально- политическая ситуация в России в начале 90-х гг. и особенности правового регулирования массовой коммуникации. Двойственность позиции российской власти по отношению к массовой коммуникации в августе-декабре 1991 г. Законодательные меры российского государства в пользу политической системы. Господствующее положение независимых от государства СМИ в начале 90-х гг. Законы о СМИ от 27 декабря 1991 г. и 1995. Нормативно-правовые акты, принятые в 90-е и 2000-е годы. Правовое регулирование деятельности массовой коммуникации как основа безопасности современной России		2 ⁹	2
--	--	----------------	---

⁹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Тема 7. Интернет-технологии в политике. Особенности функционирования каналов массовой коммуникации и СМИ в современном мире Политический генезис Интернета. Возникновение Интернета как атрибута политической сферы. Интернет как информационные технологии двойного назначения: позитивного в политическом процессе и позиционированного в политическом пространстве. Интернет-технологии в организации избирательного процесса, в принятии политических решений, в создании сетевых ресурсов информационных кампаний и политических проектов, борьбы с конкурентами. Интернет и изменение современного поля политики – одновременность вовлечения во взаимоотношения с властью. Преференции и абсурдность информации. Электронное правительство		2 ¹⁰	2
Тема 8. Политика и политическая деятельность. Сущность политической коммуникации Политика как сфера деятельности и		2 ¹¹	2

¹⁰ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

¹¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

форма организации отношений, взаимодействия, коммуникации между людьми. Соотношение между понятиями «политика» и «управление», «коммуникация», «управление», «социальная коммуникация» и «политическая коммуникация». Коммуникационное определение политической системы общества. Структурно- функциональная модель политической системы, функциональная специализация и взаимодействие ее подсистем. Подсистема политической коммуникации как базис устойчивости политической системы. Предмет политической коммуникативистики. Основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных политологов. Разграничение понятий «политическая информация» и «политически значимая информация» как необходимое условие для отграничения политической коммуникации от других видов информационного взаимодействия в социальной сфере. Основные каналы распространения политически значимой информации. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. Информационно-коммуникативные системы в политике, различные основания их классификации.			
Тема 9. Теории и модели политической коммуникации Понятие микроуровня социально-политических исследований. «Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов». Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера. Теория «полезности и		2 ¹²	2

¹² Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

удовлетворения потребностей» Э. Каца. «Теория культивации» Дж. Гербнера. Концепция «установления повестки дня» («agenda-setting») Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов. Базовые модели политической коммуникации. Формула Лассуэлл» и ее модификация Р. Брэдкоком. Обобщенная модель коммуникационного процесса Дж. Гербнера. Проблема возможного искажения распространяемых сообщений: модель К. Шеннона и У. Уивера. Обратная связь в политической коммуникации: модели У. Шрамма и М. Дефлэра. Анализ эволюции форм политической коммуникации на основе моделей альтернативных видов движения информации (Й. Бордвик, Б. Ван Каам): «вещание», «диалог», «консультация», «регистрация». Тенденции замещения «униполярной» политической коммуникации «вещательного типа» интерактивными процессами.			
---	--	--	--

Тема 10. Язык политической коммуникации Вербальная политическая коммуникация. Понятие знака. Язык, речь, речевая деятельность, текст. Язык политики. Политическая метафора. Эвфемизмы в политике. Политический текст: лексико-стилистическая характеристика. Жанры политического текста. Дискурсивные характеристики политической коммуникации. Мем в политической коммуникации. Молчание как средство коммуникации в политике. Невербальная коммуникация.		2 ¹³	2
Тема 11. Внутренние политические коммуникации Внутренние политические коммуникации. Маркетинговая технология и рекламные приемы организации публичных презентаций. Освещение кампании по телевидению. Выработка единой политической стратегии. Факторы успеха в политических коммуникациях. Результативность. Концептуализация. Политический стиль. Решение конфликтных ситуаций. Личная инициатива. Объективность мышления. Универсализм.			
Тема 12. Прикладные аспекты политической коммуникации Трансформация базовых моделей политической коммуникации: от «формулы Лассуэлла» до концепции М. Дефлёра. Ранние представители политической коммуникации Развитие микроуровневых концепций политической коммуникации в 50-е–90-е гг. XX в. Эволюция форм политической коммуникации: от «униполярной» модели до интерактивных процессов. Политическая коммуникация и СМИ			

¹³ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

Интернет-коммуникация в политической сфере и ее возможности в сравнении с традиционными коммуникационными каналами.			
Итого	8(8)¹⁴	12(12)¹⁵	12

ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

По очной и очно-заочной формам обучения

Тема	Задание на практическую подготовку	количество часов	
		Очная	Очно-заочная
Тема 5. Способы организации политического дискурса (политрынок, имиджмейкинг, PR). Разработка коммуникационной стратегии	Разработка эффективных стратегических коммуникаций для политических кампаний		2
Тема 6. Государственная политика в области информационной безопасности и ее правовые основы.	Исследование общественного мнения. Проведение опросов и фокус-групп для изучения общественного мнения по политическим вопросам		2
Тема 7. Интернет-технологии в политике. Особенности функционирования каналов массовой коммуникации и СМИ в современном мире	Организация и проведение политических дебатов	6	2
Тема 8. Политика и политическая	Разработка и	6	2

¹⁴ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

¹⁵ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий

деятельность. Сущность политической коммуникации	проведение тренингов на политическую тему		
Тема 9. Теории и модели политической коммуникации	Разработать план проведения политических дебатов между кандидатами на выборах.	6	2
Тема 10. Язык политической коммуникации	Составьте пресс-релиз о результатах социологического исследования по актуальной политической теме.	6	2
Тема 11. Внутренние политические коммуникации	Разработайте сценарий проведения фокус-группы по обсуждению нового законопроекта.	6	
Тема 12. Прикладные аспекты политической коммуникации	Создайте анкету для опроса населения о доверии к государственным институтам.	6	
ИТОГО		36	12

4.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

По очной и очно-заочной формам обучения

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Кол-во часов		Формы самостоятельной работы	Методическое обеспечение	Формы отчетности
		Очная	Очно-заочная			

Тема 1. Стратегические политико-коммуникационные кампании	Понятие стратегической политико-коммуникационной кампании. Общие характеристики и основные виды стратегических политико-коммуникационных кампаний. Нормативная модель стратегической политико-коммуникационной кампании (К. Новак, К. Варнерид). Модели иерархии эффектов политико-коммуникационного воздействия (М. Рэй). Модель процесса кумулятивного коммуникационного эффекта (С. Чаффи, Ч. Роузер). Модели эволюции стратегий развития общественных связей (Дж. Грюниг, Т. Хант): коммуникационная кампания рекламного типа, кампания общественного информирования, двусторонняя асимметричная и двусторонняя симметричная модели. Политическая кампания маркетингового типа: сочетание «убеждающей коммуникации» и «адаптированного предложения».	10	16	Анализ источников и литературы по теме. Подготовка к практическому занятию	<i>Основная и дополнительная литература, интернет - источник и</i>	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка
--	--	----	----	--	--	---

Тема 2. Средства массовой коммуникац ии в поле действия социально- политическ их сил	Основные факторы, воздействующие на деятельность СМК в информационном поле политики. Динамика отношений между СМК и источниками информации: модель У. Гайбера – У. Джонсона. Проблема целенаправленного отбора и «фильтрации» сведений для освещения в СМК: модели Д. Уайта, Дж. Макнелли, Й. Галтунга и М. Руге. Обобщенная модель формирования медиа-образа социально-политической действительности. Коммуникативные стратегии СМИ в политическом процессе. Масс- медиа и власть в демократическом обществе. Современная система масс-медиа в политической системе России. Проблемы правового регулирования СМИ в Российской Федерации.	10	16	Анализ источник ов и литератур ы по теме. Подготов ка к практичес кому занятию	<i>Основная и дополнит ельная литерату ра, интернет - источник и</i>	Устный опрос, доклад, реферат, презентац ия, практиче ская подготов ка
--	--	----	----	--	--	---

Тема 3. Интернет-коммуникация в политической сфере	Общие представления о технологиях Интернет-коммуникации. Преимущества Интернета по сравнению с традиционными коммуникационными каналами. Проблема правового статуса Интернета. Возможности негативного использования Интернет-коммуникации в социально-политической сфере. Интернет-коммуникация как инструмент расширения позитивных возможностей политического участия. Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства». Интернет-технологии в деятельности федеральной исполнительной власти. Технологии Интернета в судебной власти. Субъекты РФ в сети: специфика организации и представления информации. Местное самоуправление на страницах Интернет. Новые медиа и политические коммуникации. Официальный дискурс и медиа-стратегия. Новые медиа: понятие и типология. Отличие новых медиа от традиционных масс-медиа. Политическая коммуникация в интернете: атомизированная модель демократии на основе пре-политически сформированных предпочтений? «Слактивизм» и «киберутопизм»: политические коммуникации в новых медиа и политическое участие. Публичная сфера и новые медиа: особенности политической коммуникации. Трансформация политических предпочтений посредством новых медиа. Межличностное доверие и межличностная коммуникация в новых медиа.	10	16	Анализ источников и литературы по теме. Подготовка к практическому занятию	Основная и дополнительная литература, интернет - источник и	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка
---	---	----	----	--	---	---

Тема 4. Лоббизм как специфическая политическая коммуникация: технологии и методы	Феномен лоббизма: история возникновения и развития. Место лоббизма в системе политических коммуникаций. Лоббирование как специфическая деятельность в сфере государственного и муниципального управления. Лоббизм: pro et contra. Технологии лоббирования. Прямые методы лоббизма: информирование, создание коалиций, анализ политики. Психология прямого влияния. Непрямые методы лоббизма: феномен и принципы организации информационных кампаний, кампании грассрутс. Государственное регулирование лоббистской деятельности. Негативные последствия лоббирования и способы их преодоления.	10	16	Анализ источников и литературы по теме. Подготовка к практическому занятию	<i>Основная и дополнительная литература, интернет - источник и</i>	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка
---	---	----	----	--	--	---

Тема 5. Рекламные коммуникации в политике: теория и методики	Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики. Теории политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникационных процессов. Управление информацией властными структурами. Информационный менеджмент. Правительственные коммуникации. Активный информационный менеджмент. Коммуникационные средства воздействия в политике. Интерпретация фактов. Работа с отрицательными фактами. Агитация. Аргументация. Каналы коммуникации, приближенные к объекту воздействия. Конференции как средство политической коммуникации. Характер выступлений на политических конференциях. Политическая реклама конференций. Исторический опыт проведения политических конференций. манипулирования аудиторией. Категории Практика новостной имиджем. имидж- политика. Имиджмейкеры как центральные фигуры политического конференции. Политический менеджеров. Управление политическим стиль кандидата. Функции процесса.	6	16	Анализ источников и литературы по теме. Подготовка к практическому занятию	<i>Основная и дополнительная литература, интернет - источник и</i>	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка
Итого:		46	80			

5.ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
СПК-1. Способен владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
СПК-2. Способен участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
СПК-3. Способен подготовить, структурировать и редактировать информационные и информационно-аналитические тексты, собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам, готовить аналитические записки, справки, проводить оценивание рейтингов субъектов политического процесса и анализировать их информационные материалы	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа
СПК-8. Способен к консультированию органов государственной власти и местного самоуправления, субъектов политического процесса по вопросам разработки нормативных правовых актов, государственных программ, стратегий, прогнозов, иных документов, по вопросам реализации отраслевых	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

направлений государственной политики, а также способен консультировать субъекты политического процесса по вопросам участия в политических кампаниях, проведения политических кампаний	
---	--

5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Показатели	Критерии оценивания	Шкала оценивания
УК-4	Пороговый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Основы современного русского языка и культуры речи Уметь: использовать знания русского языка, культуры речи и навыков общения в профессиональной деятельности	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Основы современного русского языка и культуры речи Уметь: использовать знания русского языка, культуры речи и навыков общения в профессиональной деятельности Владеть: Навыками грамотного письма и устной речи	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка	Шкала оценивания устного опроса; Шкала оценивания доклада; Шкала оценивания реферата; Шкала оценивания презентации; Шкала оценивания практической подготовки.
СПК-1	Пороговый	Работа на учебных занятиях	Знать: Основные виды информационно-	Устный опрос	Шкала оценивания

		Самостоятельная работа	коммуникативных технологий и каналов распространения информации Уметь: выявлять и анализировать тенденции развития технологий распространения информации		я устного опроса
	Продвину- тый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Основные виды информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации Уметь: выявлять и анализировать тенденции развития технологий распространения информации Владеть: Методикой подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка	Шкала оценивания устного опроса; Шкала оценивания доклада; Шкала оценивания реферата; Шкала оценивания презентации; Шкала оценивания практической подготовки.
СПК-2	Пороговый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: эволюцию применения информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности; специфику использования информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности Уметь: применять	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса

			информационно-коммуникационные технологии и программные средств для решения задач профессиональной деятельности разрабатывать программы, процедуры, техники, инструментарий с использованием информационно-коммуникационных технологий и программных средств		
	Продвину тый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: эволюцию применения информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности; специфику использования информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности Уметь: применять информационно-коммуникационные технологии и программные средств для решения задач профессиональной деятельности разрабатывать программы, процедуры, техники, инструментарий с использованием информационно-коммуникационных технологий и программных средств Владеть: Применения информационно-	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка	Шкала оценивани я устного опроса; Шкала оценивани я доклада; Шкала оценивани я реферата; Шкала оценивани я презентац ии; Шкала оценивани я практичес кой подготовк и.

			коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности методами и процедурами сбора эмпирической информации с использованием информационно-коммуникационных технологий и программных средств		
СПК-3	Пороговый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Закономерности коммуникативной деятельности, особенности функционирования СМИ в современном мире; закономерности информационно-коммуникативных процессов разного уровня и проведения информационных кампаний Уметь: организовывать информационно-коммуникационные процессы и проводить информационные кампании;	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Закономерности коммуникативной деятельности, особенности функционирования СМИ в современном мире; закономерности информационно-коммуникативных процессов разного уровня и проведения информационных кампаний Уметь: организовывать информационно-коммуникационные процессы и проводить информационные кампании;	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка	Шкала оценивания устного опроса; Шкала оценивания доклада; Шкала оценивания реферата; Шкала оценивания презентации; Шкала оценивания

			кампаний; Владеть: участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний.		я практической подготовки.
СПК-8	Пороговый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Структуру и механизм функционирования органов государственной власти и политического управления в России; основные теории политико-административного управления; основные закономерности реформирования и организационного развития современных систем политико-административного управления Уметь: ориентироваться в национально-государственных школах и традициях публичного управления; определять социокультурный смысл принимаемых управленческих решений; применять в практической деятельности стратегии и технологии политико-административного управления и консультирования	Устный опрос	Шкала оценивания устного опроса
	Продвинутый	Работа на учебных занятиях Самостоятельная работа	Знать: Структуру и механизм функционирования органов государственной власти и политического управления в России; основные теории политико-административного	Устный опрос, доклад, реферат, презентация, практическая подготовка	Шкала оценивания устного опроса; Шкала оценивания доклада; Шкала оценивания

		управления; основные закономерности реформирования и организационного развития современных систем политико-административного управления Уметь: ориентироваться в национально-государственных школах и традициях публичного управления; определять социокультурный смысл принимаемых управленческих решений; применять в практической деятельности стратегии и технологии политико-административного управления и консультирования Владеть: брать на себя ответственность при принятии политических и управленческих решений		я реферата; Шкала оценивания презентации; Шкала оценивания практической подготовки.
--	--	---	--	---

Шкала оценивания устного опроса

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Устный опрос	Свободное владение материалом	3
	Достаточное усвоение материала	2
	Поверхностное усвоение материала	1
	Неудовлетворительное усвоение материала	0

Шкала оценивания доклада

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Доклад	Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; грамотность и полнота использования источников; грамотность речи и владение текстом доклада	10
	Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада	7
	Соответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада	4
	Несоответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное	0

	количество источников; недостаточное владение текстом доклада	
--	---	--

Шкала оценивания реферата

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Реферат	Ключевая идея статьи отражена в реферате полностью, что показывает глубокое понимание содержания реферируемой статьи	10
	Основная идея стати показана, однако понимание ее вызывает сомнение	7
	Идея статьи с трудом проглядывается, отсутствует понимание ее автором, наличие ошибок в изложенном материале.	4
	Идея статьи не отражена, либо реферат – сокращенная реферируемая статья.	0

Шкала оценивания презентации

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Презентация	Соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; эстетичность оформления	10
	Соответствие содержания теме; правильная структурированность информации; недостаточная эстетичность в оформлении	7
	Соответствие содержания теме; отсутствует структурированность информации; недостаточная эстетичность в оформлении	4
	Несоответствие содержания теме; отсутствует структурированность информации; недостаточная эстетичность в оформлении	0

Шкала оценивания практической подготовки

Критерии оценивания	Баллы
высокая активность на практической подготовке/ показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации / методическое решение задачи выполнено верно/ анализ и оценка условий полученных результатов выполнены верно (не менее 3)	5
средняя активность на практической подготовке/ показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами / методическое решение задачи выполнено частично/ анализ и оценка условий полученных результатов выполнены частично (не менее 1)	2
низкая активность на практической подготовке/ методическое решение задачи не выполнено/ анализ и оценка условий полученных результатов не выполнены	0

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные контрольные вопросы для устного опроса:

1. Зависимость политической коммуникации от социальных, политических, технических условий.
2. Элита в политической коммуникации.
3. Побудительная политическая информация в информационно-коммуникационной системе (активация, дестабилизация).
4. Принципы деятельности коммуникатора в общении с аудиторией. Коммуникативные приемы.
5. Психологические факторы взаимодействия коммуникатор – реципиент.
6. Понятие и сущность эффектов массовой коммуникации. Актуальность и традиции изучения эффектов массовой коммуникации.
7. Наблюдения и концепции Липпмана и Лассуэлла.
8. Концепции Ховланда, Лазарсфельда.
9. Социал-конструктивистский подход. Массовая коммуникация как источник широкой совокупности смыслов в текстах.
10. Схема эффектов массовой коммуникации Маккуэла (в координатах: планируемые-непланируемые эффекты, краткосрочные-долгосрочные эффекты).

Задания по практической подготовке:

1. Разработка эффективных стратегических коммуникаций для политических кампаний
2. Исследование общественного мнения. Проведение опросов и фокус-групп для изучения общественного мнения по политическим вопросам
3. Организация и проведение политических дебатов
4. Разработка и проведение тренингов на политическую тему
5. Разработать план проведения политических дебатов между кандидатами на выборах.
6. Составьте пресс-релиз о результатах социологического исследования по актуальной политической теме.
7. Разработайте сценарий проведения фокус-группы по обсуждению нового законопроекта.
8. Создайте анкету для опроса населения о доверии к государственным институтам.

Примерная тематика презентаций:

1. Роль и место информационно-коммуникационных процессов в сфере политики.
2. Единицы политических коммуникаций: сообщение и текст. Компоненты структуры текста: затекст, подтекст, контекст, протекст. Функции политической коммуникации.
3. Информация как ресурс и капитал коммуникаций.
4. Теория коммуникативистики. Исследования Н. Винера, П. Шеннона, У. Уивера, К. Дойча, Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, Ю. Хабермаса, Р. Якобсона.
5. Современные основы политической коммуникативистики. Э. Аронсон, К. Джон, Б. Макмайер, П. Шампань, Ю. Буданцев, Б. Грушин, Е. Егорова-Гантман, Л. Землянова, В. Конецкая, Л. Федотова, Ю. Шарковин. Теория Г. Маклюэна о «горячих» и «холодных» СМИ.
6. Сущность и типология информационно-коммуникационных политических полей. Понятие «информационно-коммуникационное поле», «информационное пространство», «инфопотоки».
7. Информационное пространство и его проявления в разных типах общества.
8. Смысловой аспект политической коммуникации.
9. Знания, язык и информационные гештальты.
10. Герменевтический процесс поиска и хранения информации.

11. Визуальная риторика текста.
12. Коммуникация посредством визуальных образов.
13. Визуальная грамотность.
14. Визуальная риторика и дизайн.

Примерная тематика докладов:

1. Манипуляция сознанием в политике и формирование общественного мнения массовой коммуникацией.
2. Корпоративный консалтинг в политике.
3. Экспертиза внешних и внутренних корпоративных связей субъектов политики.
4. Создание и внедрение корпоративной политической культуры.
5. Лоббистская деятельность как продукт взаимодействия, взаимоналожения мотивационных, коммуникативных и аффективных процессов.
6. Механизм идентификации групповых интересов с общественными как основа лоббизма. Классификация лоббирования по форме, содержанию, непосредственное и опосредованное лоббирование, спланированное и спонтанное.
7. Информационная политика в контексте внешней и внутренней политики государства.
8. Стимулы государственной информационной политики.
9. Социальные риски как следствие стратегических и тактических просчетов государства в информационной сфере.
10. Задачи и перспективы государственной информационной политики в области безопасности международных отношений и геополитики.
11. Государственная информационная политика и управление, проблемы реформирования информационной сферы, демократизация процесса производства информации в сфере органов государственной власти и управления.
12. Региональный аспект информационной политики.
13. Исследование данных: контент-анализ.
14. Структура и функции коммуникации в обществе.
15. Понятия «креденда» и «миранда». Использование этих понятий при осуществлении политического управления обществом.
16. Техника пропаганды.
17. Модель коммуникационного процесса Г. Лассуэла.
18. Классово-доминантная теория.
19. Теория воздействия.
20. Культуристская теория.
21. Теория катарсиса.
22. Техническое знание, «продукт», практическое знание.
23. Этика взаимодействия и я-этика.

Примерная тематика рефератов:

1. Роль и место информационно-коммуникационных процессов в сфере политики.
2. Единицы политических коммуникаций: сообщение и текст. Компоненты структуры текста: затекст, подтекст, контекст, протекст. Функции политической коммуникации.
3. Информация как ресурс и капитал коммуникаций.
4. Теория коммуникативистики. Исследования Н. Винера, П. Шеннона, У. Уивера, К. Дойча, Г. Лассуэла, П. Лазарсфельда, Ю. Хабермаса, Р. Якобсона.
5. Современные основы политической коммуникативистики. Э. Аронсон, К. Джон, Б. Макмайер, П. Шампань, Ю. Буданцев, Б. Грушин, Е. Егорова-Гантман, Л. Землянова, В. Конечкая, Л. Федотова, Ю. Шарковин. Теория Г. Маклюэна о «горячих» и «холодных» СМИ.

6. Сущность и типология информационно-коммуникационных политических полей. Понятие «информационно-коммуникационное поле», «информационное пространство», «инфопотоки».
7. Информационное пространство и его проявления в разных типах общества.
8. Сегментация информационного пространства. Единая трансграничная информационная сеть.
9. Подходы К. Дойча, Р. Шванрценберга, Г. Лассуэла. Сущностные стороны политико-коммуникационных процессов.
10. Смысловой аспект политической коммуникации.
11. Знания, язык и информационные гештальты.
12. Герменевтический процесс поиска и хранения информации.
13. Визуальная риторика текста.
14. Коммуникация посредством визуальных образов.
15. Визуальная грамотность.
16. Визуальная риторика и дизайн.
17. Институциональные матрицы как формы систематизации институтов общества. 31. Типы институциональных матриц.
18. Визуальные массмедиа.
19. Звуковые массмедиа.
20. Интернет и цифровые медиа.
21. Технологические преимущества: от печатной прессы к iPhone.
22. Социальные и психологические функции массмедиа.
23. Теория Media Dependency.
24. Гратификационный подход к исследованию медиа.
25. Телекоммуникационные технологии и возрождение U&G.
26. Паттерны массмедийного контента..
27. Факторы влияния на медиаконтент.
28. Знание принципов создания медийного продукта.
29. Знание и понимание технических элементов медиасреды.
30. Знание и понимание политического значения медиа
31. Знание и понимание коммерческого значения медиа.
32. Оценка медиаграмотности.
33. Понятия *gate-keeping* и *New Media*.
34. Формальная медиа теория.
35. Технологический детерминизм.
36. Медиаморфозис.
37. Теория медиа синхронности.
38. Управленческие политические коммуникации.
39. Избирательные политические коммуникации.
40. Политические маркетинговые коммуникации.
41. Конфликтные политические коммуникации.

Примерные вопросы и задания к зачету

1. Политические коммуникации: понятие, сущность, функции.
2. Массово-коммуникационные процессы в сфере политики.
3. Теории политических коммуникаций. Теория М. Маклюэна о «горячих» и «холодных» СМИ.
4. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики.
5. Политическая коммуникация как исторически конкретная и открытая система
6. Информационно-коммуникационные системы: организационные и психологические аспекты.
7. Коммуникативная модель Г. Лассуэлла.
8. Кибернетическая модель К. Дойча: процесс и метод политической коммуникации.

9. Современные модели политической коммуникации.
 10. Актуальность и традиции изучения эффектов массовой коммуникации.
 11. Эффекты массовой коммуникации. Продвижение имиджа, репутации, бренда.
 12. Формирование и функционирование системы СМИ: ее этапы и политические функции.
 13. Общественное мнение, политическая власть и СМИ. Работа со СМИ. Медиарелейшенз.
 14. Управление политическими коммуникациями в кризисных ситуациях.
 15. Осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде.
 16. Общественное мнение как социально-политическое явление, его структура и функции.
 17. Манипулирование общественным мнением и манипулятивное воздействие властных структур.
 18. Особенности функционирования каналов массовой коммуникации и СМИ в современном мире.
 19. Проблемы функционирования СМИ в условиях кризиса. 20. Информационная монополия в кризисном социуме.
 21. Кризисный политический маркетинг.
 22. Основы организации политического дискурса.
 23. Разработка коммуникационной стратегии.
 24. Современные PR-технологии и политический имидж.
 25. Способы организации политического дискурса (полит-рынок, имиджмейкинг, PR).
Разработка коммуникационной стратегии.
 26. Планирование корпоративных политических коммуникаций.
 27. Информационный лоббизм: классификация, психология.
 28. Корпоративный консалтинг в политике. Экспертиза внешних и внутренних корпоративных связей субъектов политики.
 29. Создание и внедрение корпоративной политической культуры. Планирование стратегических политических коммуникаций.
 30. Лоббистская деятельность как продукт взаимодействия, взаимоналожения мотивационных, коммуникативных и аффективных процессов.
 31. Государственная информационная политика: риски и стимулы.
 32. Взаимодействие государства и масс-медиа.
 33. Государственная политика в области информационной безопасности и ее правовые основы.
 34. Особенности осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде.
 35. Интернет в политике, развитие интернет-технологий.
 36. Интернет-технологии в организации избирательного процесса, в принятии политических решений, в создании сетевых ресурсов информационных кампаний и политических проектов, борьбы с конкурентами.
 37. Электронное правительство.
 38. Особенности функционирования каналов массовой коммуникации и СМИ в современном мире.
- 5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.**

Основными формами текущего контроля являются: устный опрос, доклад, реферат, презентация и задания по практической подготовке.

Требования к зачету

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет проводится устно по вопросам. Максимальное количество баллов, которое может набрать бакалавр в течение семестра за текущий контроль, равняется 70 баллам.

Максимальная сумма баллов, которые бакалавр может получить на зачете, равняется 20 баллам. Максимальная сумма баллов студентов по изучаемой дисциплине составляет 100 баллов

Шкала оценивания зачета

Баллы	Критерии оценивания
16-20	Студент прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно и аргументировано ответил на все вопросы с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; теорию связывает с практикой, другими темами данного курса.
11-15	Студент прочно усвоил предусмотренный программный материал; но не всегда аргументировано отвечал на вопросы с приведением примеров; показал систематизированные знания, не всегда владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; теорию связывает с практикой, другими темами данного курса.
6-10	Студент недостаточно прочно усвоил предусмотренный программный материал; но не всегда аргументировано отвечал на вопросы с приведением примеров; показал недостаточно систематизированные знания, не всегда владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; не связывает теорию с практикой.
0-5	Студент не усвоил предусмотренный программный материал; не ответил на большинство вопросов преподавателя, не связывает теорию с практикой.

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
81-100	Зачтено
61-80	Зачтено
41-60	Зачтено
0-40	Не зачтено

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации [Текст]: для бакалавров и специалистов: учебное пособие для студентов вузов / Д.П. Гавра. СПб. и др: Питер, 2011. 284 с.
2. Евгеньева Т.В. Психология массовой политической коммуникации [Электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2017. 299 с. <https://biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F-904B-87771854E966>.
3. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Пер. с англ. СПб: Прайм –Евразия, М.: Олма- Пресс, 2003.
4. Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С.В. Чуев. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2018. 364 с.
5. Щербович Свобода слова в Интернете: конституционно-правовой аспект. М.: ТЕИС, 2013.

6.2. Дополнительная литература.

1. Акопов Г.Л. Политика и Интернет: Монография. М.: ИНФРА- М, 2018. 202 с.

2. Касьянов, В.В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В.В. Касьянов. М.: Юрайт, 2018. 299 с.
3. Сергеев В.М., Алексеенкова Е.С. Теория и практика политической коммуникации: учебное пособие. М.: Проспект, 2010. 125 с. 8 экз.

6.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы.

1. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru>)
2. Российское образование. Федеральный образовательный портал. (<http://www.edu.ru>)
3. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru HYPERLINK "http://www.biblioclub.ru/"u)
4. Электронный справочник «Информιο» для высших учебных заведений (www.informuo.ru)

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы бакалавров

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных:

1. fgosvo.ru – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования
2. pravo.gov.ru - Официальный интернет-портал правовой информации
3. www.edu.ru – Федеральный портал Российское образование

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием;
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду.