


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Председатель



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета факультета
от 20 июня 2019 г., протокол № 13/205
/Магомедов А.К./
(подпись, расшифровка подписи)
«20» июня 2019 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Коммуникации в политических процессах и институтах
Факультет	
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2019г.


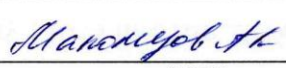
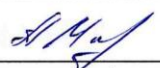

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 02.06 2020 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Магомедов А.К.	СОРиК	д.полит.н
Кузьмина Е.В.		к.с.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 	( 
Подпись _____ ФИО _____ «4» июня 2019 г.	Подпись _____ ФИО _____ «4» июня 2019 г.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: дать базовое представление о видах, формах, инструментах политических коммуникаций и их комплексной реализации в современной мировой и российской практике.

Задачи освоения дисциплины:


- изучить сущность, особенности и структуру политических коммуникаций, дефиниции данного понятия, формы, каналы, средства и уровни политической коммуникации, обозначить основных субъектов (акторов, агентов);
- составить представление об основных теориях политических коммуникациях, подходах к их изучению и исследовательских традициях;
- дать обзор маркетинговых и немаркетинговых инструментов в применении к политическим коммуникациям; обозначить роль и суть пропаганды, ее функции и типы, а также составить представление об агитации и применяемых в рамках политических коммуникаций агитационных технологиях;
- изучить особенности маркетингового подхода и брендинга к разработке политических коммуникаций, понятие «политический имидж», этапы и инструменты его формирования, в т.ч имидж политического лидера, рассмотреть отличительные черты ПР в политике и составить обзорно представление о ПР-технологиях;
- ознакомиться с понятием политической рекламы, ее происхождением, видами и особенностями, изучить специфику и формы предвыборной политической рекламы, а также особенности использования политической рекламы государственными структурами;
- освоить понятие «информационной кампании», основные этапы ее планирования и проведения, ознакомить с критериями эффективности информационных кампаний в сфере политики; составить представление о тенденциях развития политических коммуникаций и показать роль и значение новых медиа, включая обзор их характеристик как форм коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Коммуникации в политических процессах и институтах» Б1.Б29 относится к базовой части дисциплин. Изучается в 9 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины Демография и социальная статистика, Социальные институты и процессы, Основы теории коммуникации, Введение в теорию и практику рекламы, Введение в теорию и практику связей с общественностью, Философия, Основы проектного управления, Методы научных исследований, Информатика). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов, изучаемых в рамках дисциплин: Технологии имиджмейкинга, Теория и практика массовой информации, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Управление стартапами в социальном предпринимательстве, Планирование рекламных кампаний, Планирование ПР-кампаний, Связи с

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Современные финансовые инструменты в социальном предпринимательстве, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Основы брендинга, Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях, Поведение потребителей.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:


Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: сущность, назначение, особенности, каналы и уровни политических коммуникаций; правила, структуру и условия реализации политико-коммуникативных кампаний; теории политических коммуникаций, модели, технологии, приемы, техники их осуществления; современные тенденции в сфере политических коммуникаций и роль Интернета в них. • Уметь: применять различные политических коммуникаций, технологии пропаганды, создания и поддержания имиджа, рекламные и ПР-технологии, применяемые в политических целях, в том числе и избирательных компаниях. <ul style="list-style-type: none"> • Владеть базовыми навыками отбора и сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний; осуществления эффективной политической коммуникации; написания ПР-текстов и разработки рекламных сообщений, применяемых в этой сфере.
УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<ul style="list-style-type: none"> • Знать: основные этапы процесса разработки и реализации коммуникативных кампаний в политической сфере, источники и методы получения информации по состоянию социально-политических проблем и общественного мнения • Уметь: : Анализировать информацию для принятия обоснованных решения в профессиональной сфере, оценивать риски, неблагоприятные последствия для организаций политических кампаний • Владеть: Методами анализа ситуации, проблем развития политических институтов с различными целевыми аудиториями

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 3

4.2. по видам учебной работы (в часах) 108 часа


Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения __заочная__)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		9	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	12	12		
Аудиторные занятия:	12	12		
Лекции	4	4		
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	92	92		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания, доклад/презентации		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	108	108		

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения __заочная__

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Сущность, особенности, модели и теории политических коммуникаций							
Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.	16	2				14	Опрос
Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций; исследовательские традиции	18		2		2	16	Опрос, подготовка доклада,
Раздел 2. Средства, приемы, инструменты воздействия в							

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

политических коммуникация (политическая реклама, агитация, пропаганда и др.). Информационные кампании в политической сфере							
Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда.	18		2		2	16	Опрос, Подготов ка доклада
Тема 4. Инструменты маркетинга, ПР и брендинга в политических коммуникациях	18	2				16	Опрос выполне ние практиче ских заданий
Тема 5. Политическая реклама: определения, сущность, виды	16		2		2	14	Опрос выполне ние практиче ских заданий
Тема 6. Информационны е кампании в политической сфере	18		2		2	16	Опрос выполне ние практиче ских заданий
Итого	104	4	8		8	92	

*104+4(зачет)=108

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Сущность, особенности, модели и теории политических коммуникаций


Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.

Основные фазы развития системы политических коммуникаций. Сущность коммуникации как политического процесса. Дефиниции политической коммуникации. Структура, каналы и средства, уровни политической коммуникации. Специфика и особенности массовых политических коммуникаций.

Обзор основных субъектов политических коммуникаций: их характеристики и признаки. Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки. Признаки политических партий как ведущего политического института.

Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций, исследовательские традиции

Теории политической коммуникации. Модели коммуникации. Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

Раздел 2. Средства, приемы, инструменты воздействия в политических коммуникация (политическая реклама, агитация, пропаганда и др.). Информационные кампании в политической сфере

Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда.

Обзор маркетинговых и немаркетинговых коммуникации. Сущность политической пропаганды. Отличительные черты политической пропаганды. Функции политической пропаганды. Типы пропаганды. Методы и приемы пропаганды. Специфика пропагандистских технологий. Манипулятивные технологии в пропаганде. Суть агитации. Агитационные технологии. Общественное мнение: понятие и пути, инструменты формирования.

Тема 4. Инструменты маркетинга, ПР и брендинга в политических коммуникациях

Сущность и особенности политического рынка. Информационное содержание Политический имидж и имиджмейкинг. Процесс создания имиджа. Политический брендинг. Имидж политического лидера: инструменты и этапы формирования. Роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара. Разновидности пиар-технологий. Виды ПР-тестов в политических коммуникациях. ПР-деятельность в государственном управлении.

Тема 5. Политическая реклама: определения, сущность, виды


Исторические фазы зарождения и развития политической рекламы. Дефиниции политической рекламы. Сущность и особенности политической рекламы. Типы и формы политической рекламы. Специфика и виды предвыборной политической рекламы. Особенности использования политической рекламы государственными структурами. Ключевые элементы процесса производства рекламной продукции. Производство рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы. Национальные особенности применения политической рекламы. Тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Тема 6. Информационные кампании в политической сфере

Понятие информационной кампании. Моделирование и разработка информационной кампании. Основные этапы планирования и проведения информационной кампании. Критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики. Место и роль Интернета в политике. Понятие, особенности, приемы и типы информационных войн. Новые медиа и политические коммуникации. Политические коммуникации в Интернете: обзор видов и форм (блоги, социальные сети и пр., виды и специфика коммуникации).

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Преподавание дисциплины включает в себя следующие образовательные технологии:

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков применения различных средств и инструментов коммуникаций, применяемых в сфере политики,
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- проведение дискуссий в семинарских группах по определенным темам и разделам курса.

Раздел 1. Сущность, особенности, модели и теории политических коммуникаций

Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Расскажите о зарождении и развитии политических коммуникаций от древности до современности. Обозначьте основные фазы развития системы политических коммуникаций, с чем они связаны?

- Раскройте понятие «политической коммуникации» и ее сущность коммуникации как политического процесса. Приведите различные Дефиниции.

- Опишите структуру и уровни политической коммуникации, основные каналы и средства. Раскройте классификацию канадского ученого Дж. Томсона, который выделяет семантический, технический и инфлуентальный (англ, influence — влияние) уровни информационно-коммуникативных связей.

- Перечислите и кратко охарактеризуйте основных субъектов политических коммуникаций и их характеристики и признаки. Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки. Опишите признаки политических партий как ведущего политического института.

- Раскройте сущность и особенности массовых политических коммуникаций. Продемонстрируйте в них роль специально подготовленных для взаимодействия с общественным мнением агентов (официальные институты государства (представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью); государственные (национальные) средства массовой информации (СМИ); независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры (органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.).

Домашнее задание (домашнее чтение):


- изучить материалы лекции Н. Баранова «Политические коммуникации» 1. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политической сфере 1.1. Сущность коммуникации как политического процесса; 1.3 Структура политической коммуникации, расположенной по электронному адресу: <https://nicbar.ru/politology/study/kurs-teoriya-politiki/lektsii-po-kursu-teoriya-politiki-2002-2007-gg/95-lektsiya-26-politicheskie-kommunikatsii>;

- ознакомится в рамках самоподготовки к теме со следующими раздела учебника - Политические коммуникации: учебно-методическое пособие / Огаренко Е. С. – Одесса : Одесск. нац. ун-т имени И. И. Мечникова, 2013. – Раздел I, Тема 2: «Структурная организация процесса политической коммуникации». С.11-22.

Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций, исследовательские традиции (форма проведения – семинар, конференция).

Вопросы:

- Теории и модели политической коммуникации (обзорно), включая политическую систему как информационно-коммуникативную систему, которую представил К. Дойча; идею Г. Шельски о «техническом государстве», а также теорию коммуникативных действий Ю. Хабермаса соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях).

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

- Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

Доклады/презентации: «Генезис и эволюция политических коммуникаций».

Вопросы для самостоятельного изучения

- Перечислите и кратко охарактеризуйте известные Вам теории и модели политической коммуникации (обзорно), включая политическую систему как информационно-коммуникативную систему, которую представил К. Дойча; идею Г. Шельски о «техническом государстве», а также теорию коммуникативных действий Ю. Хабермаса соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях).

- Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

- Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

Подготовка доклада по теме: «Генезис и эволюция политических коммуникаций».

Раздел 2. Средства, приемы, инструменты воздействия в политических коммуникация (политическая реклама, агитация, пропаганда и др.). Информационные кампании в политической сфере

Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда (форма проведения – семинар с элементами дискуссии).

Вопросы:

- специфика маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в политической сфере: основные отличия


- понятие пропаганды и специфику и сущность политической пропаганды, ее отличительные черты. Основные функции политической пропаганды.

- типы, методы и приемы пропаганды. Манипулятивные технологии, используемые в пропаганде.

- понятие агитации. Агитационные технологии.

- основные способы инструменты формирования общественного мнения в сфере политических коммуникаций.

Доклады/презентации – «Происхождение, сущность, формы, методы агитации и ее

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

применение в политической сфере», «Происхождение, сущность, формы, методы пропаганды»

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Обозначьте и кратко опишите специфику маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций, используемых в политической сфере, в чем их основные отличия?
- Раскройте пропаганды и покажите специфику и сущность политической пропаганды, перечислите и раскройте отличительные черты политической пропаганды. Перечислите основные функции политической пропаганды.
- Назовите и охарактеризуйте типы пропаганды, а также методы и приемы пропаганды. Опишите известные Вам манипулятивные технологии, используемые в пропаганде.
- Раскройте суть агитации. Опишите известные Вам агитационные технологии.
- Как вы понимаете термин «общественное мнение». Опишите основные способы, инструменты его формирования, как в целом, так и в области политических коммуникаций.

Подготовка докладов – кратких сообщений по темам (с последующим обсуждением в студенческой группе по двум темам: «Происхождение, сущность, формы, методы агитации и ее применение в политической сфере» и «Происхождение, сущность, формы, методы пропаганды»)

Тема 4. Инструменты маркетинга, ПР и брендинга в политических коммуникациях

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Раскройте сущность и опишите особенности политического рынка.
- В чем специфика создания политического имиджа? Как вы понимаете процесс имиджмейкинга? Охарактеризуйте процесс создания имиджа.
- Что понимается под политическим брендингом?
- Опишите и охарактеризуйте основные этапы и инструменты формирования имиджа политического лидера.
- Раскройте роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара. Разновидности пиар-технологий. ПР-деятельность в государственном управлении.

Практическое задание:


- Практическое задание 1: составить текст выступления на радио от имени кандидата по какой-либо социально-значимой проблеме.

Практическое задание 2. Написать пресс-релиз-анонс для любого мероприятия политической партии. По этому же материалу напишите новостной пресс-релиз. Дополнительные данные для пресс-релиза могут быть произвольными.

Тема 5. Политическая реклама: определения, сущность, виды (форма проведения – семинар, практическое занятие).

Вопросы:

- основные исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.
- дефиниции политической рекламы, ее сущность и особенности.
- типы и формы политической рекламы.
- специфику и виды предвыборной политической рекламы.
- особенности использования политической рекламы государственными структурами.
- ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере печатной полиграфической продукции). Производство рекламного текста и специфика

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

текстов в сфере политической рекламы.

- национальные особенности применения политической рекламы, обозначьте тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Практическое занятие (задание): разработать текст биографии кандидата (по заданным параметрам); разработать плакат как средство предвыборной рекламы. Результаты работы студентов по выполнению практического задания затем обсуждаются в группах, дается их оценка другими студентами и преподавателем, после чего делаются корректировки.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Опишите основные исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.

- Приведете известные Вам Дефиниции политической рекламы, опишите ее сущность и особенности.

- Охарактеризуйте типы и формы политической рекламы.

- Покажите специфику и опишите виды предвыборной политической рекламы.

- Раскройте особенности использования политической рекламы государственными структурами.

- Каковы ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере печатной полиграфической продукции). Производство рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.

- Опишите национальные особенности применения политической рекламы, обозначьте тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Практическое задание: разработать текст биографии кандидата (по заданным параметрам); разработать плакат как средство предвыборной рекламы. Результаты работы студентов по выполнению практического задания будут обсуждаться в группах, будет дана их оценка другими студентами и преподавателем, после чего будут сделаны корректировки.

Тема 6. Информационные кампании в политической сфере (форма проведения – семинар, дискуссия, практическая работа).

Вопросы:

- понятие «информационной кампании». Специфика коммуникационных компаний в политической сфере

- процесс моделирования и разработки информационной кампании, проводимой в сфере политики. Основные этапы планирования и проведения информационной кампании.

- основные критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.


- роль Интернета в современной политике. Понятие: «новые медиа». Роль блогов, социальных сетей во взаимодействии политических партий, политических лидеров и электората, а также различных ветвей власти и граждан (а также других новых сетевых коммуникационных возможностей)

- термин «информационные войны». Примеры ведения информационных войн в современной политике и геополитике. Приемы и типы информационных войн.

Дискуссия по теме: «Информационные войны в современной геополитике. Примеры и приемы ведения гибридных войн».

- Практическое задание: Разработка информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Работа в группах по 3 человека. Работе предшествует домашняя самостоятельная работа студентов.

Вопросы для самостоятельного изучения

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Дайте определение понятию «информационной кампании». В чем состоит специфика коммуникационных компаний в политической сфере?

- Охарактеризуйте в целом процесс моделирования и разработки информационной кампании, проводимой в сфере политики. Опишите и раскройте основные этапы планирования и проведения информационной кампании.

- Каковы основные критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.

- Какова роль Интернета в современной политике. Раскройте понятие «новые медиа». Что к ним относится? Продемонстрируйте роль блогов, социальных сетей во взаимодействии политических партий, политических лидеров и электората, а также различных ветвей власти и граждан (а также других новых сетевых коммуникационных возможностей)

- Что понимается под термином «информационные войны»? Приведите примеры ведения информационных войн в современной политике и геополитике. Раскройте приемы и типы информационных войн.

Подготовка к дискуссии по теме «Информационные войны в современной геополитике. Примеры и приемы ведения гибридных войн»

- Практическое задание: Разработка стратегии информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Результаты оформить в письменном виде и использовать для дальнейшей работы на семинарском занятии.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ


Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	История появления и основные фазы развития системы политических коммуникаций
2.	Сущность коммуникации как политического процесса. Дефиниции политической коммуникации.
3.	Структура, каналы и средства, уровни политической коммуникации.
4.	Сущность и особенности массовых политических коммуникаций.
5.	Основные субъекты политических коммуникаций: их характеристики и признаки.
6.	У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации
7.	Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации (в т.ч пропаганды);
8.	У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения политической коммуникации
9.	П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов.
10.	Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Представления Дойча о полит. коммуникации
11.	Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

	политических коммуникаций.
12.	Медиа-центрированные политические стратегии.
13.	«Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры.
14.	Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.
15.	Обзор маркетинговых и немаркетинговых (в .ч. мобилизационных) коммуникаций
16.	Сущность политической пропаганды. Отличительные черты политической пропаганды.
17.	Функции политической пропаганды.
18.	Типы пропаганды.
19.	Методы и приемы пропаганды. Специфика пропагандистских технологий. Манипулятивные технологии в пропаганде.
20.	Суть агитации. Агитационные технологии.
21.	Общественное мнение: понятие и пути, инструменты формирования
22.	Сущность и особенности политического рынка.
23.	Политический брендинг
24.	Политический имидж и имиджмейкинг. Процесс создания имиджа.
25.	Имидж политического лидера: инструменты и этапы формирования.
26.	Роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара.
27.	Разновидности пиар-технологий.
28.	Виды ПР-тестов в политических коммуникациях.
29.	ПР-деятельность в государственном управлении.
30.	Исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.
31.	Дефиниции политической рекламы. Сущность и особенности политической рекламы.
32.	Типы и формы политической рекламы. Специфика и виды предвыборной политической рекламы.
33.	Особенности использования политической рекламы государственными структурами.
34.	Ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере полиграфической продукции).
35.	Разработка рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.
36.	Национальные особенности применения политической рекламы.
37.	Тенденции развития политической рекламы в современном мире
38.	Понятие информационной кампании.
39.	Моделирование и разработка информационной кампании
40.	Основные этапы планирования и проведения информационной кампании.
41.	Критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.
42.	Место и роль Интернета в политике. Новые медиа и политические коммуникации, расширение возможностей и форм политического участия.
43.	Политические коммуникации в Интернете: обзор видов и форм (блоги, социальные сети и пр., виды и специфика коммуникации).
44.	Понятие, особенности и типы информационных войн.
45.	Приемы и примеры ведения информационных (и гибридных) войн в политике и геополитике.
46.	Приемы и примеры ведения информационных (и гибридных) войн в политике и

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

	геополитике.
47.	Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки.
48.	Признаки политических партий как ведущего политического института.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

10.1. Общие положения


Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- выполнения практических домашних заданий;
- подготовка к зачету.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.	Проработка учебного материала, подготовка к зачету	14	Устный опрос
Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций; исследовательские традиции	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада – устного сообщения	16	Устный опрос, проверка доклада
Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда.	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада – устного сообщения	16	Устный опрос, проверка доклада
Тема 4. Инструменты маркетинга, PR и брендинга в политических коммуникациях	Проработка учебного материала, подготовка к зачету Выполнение практического задания	16	Устный опрос, проверка заданий
Тема 5. Политическая реклама:	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практического задания	14	Устный опрос, проверка задания

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

определения, сущность, виды			
Тема Информационные кампании политической сфере	6. в	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка к дискуссии Выполнение практического задания	16 Устный опрос, проверка задания

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 с. — ISBN 978-5-8265-1383-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>
2. Международно-политические коммуникации в современном мире: основные тенденции и перспективы развития : учебное пособие / составители С. А. Колобова [и др.] ; под общей редакцией О. А. Колобова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2012. — 240 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153048>

б) дополнительная литература:

1. Васильева, Л. А. Ролевые функции СМИ в процессе политической мифологизации : монография / Л. А. Васильева. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 248 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39115.html>
2. Селентьева, Д. О. Политическая имиджеология : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 164 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434299>
3. Керимов, Р. Д. Метафорический антропоморфизм в социально-политической коммуникации : монография / Р. Д. Керимов. — Кемерово : КемГУ, 2015. — 339 с. — ISBN 978-5-8353-1886-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/99440>


б) учебно-методическая литература:

1. Магомедов А. К. Коммуникации в политических процессах и институтах : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / А. К. Магомедов, Е. В. Кузьмина; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 355 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8166>

Согласовано:

Л. Библиотечка ИТ / Журилова И.И. / 2019г.

19

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

- 1.1. **IPRbooks** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ группа компаний Ай Пи Эр Медиа. - Электрон. дан. - Саратов, [2019]. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.
- 1.2. **ЮРАЙТ** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru>.
- 1.3. **Консультант студента** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Политехресурс. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html>.
- 1.4. **Лань** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО ЭБС Лань. - Электрон. дан. – С.-Петербург, [2019]. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>.
- 1.5. **Znanium.com** [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система/ ООО Знаниум. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <http://znanium.com>.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система/ Компания «Консультант Плюс». - Электрон. дан. - Москва: КонсультантПлюс, [2019].

3. **База данных периодических изданий** [Электронный ресурс]: электронные журналы/ ООО ИВИС. - Электрон. дан. - Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>.

4. **Национальная электронная библиотека** [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. **Электронная библиотека диссертаций РГБ** [Электронный ресурс]: электронная библиотека/ ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2019]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Информационная система **Единое окно доступа к образовательным ресурсам**. Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

6.2. Федеральный портал **Российское образование**. Режим доступа: <http://www.edu.ru>.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>.


7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа: <http://edu.ulsu.ru>.

Согласовано:

Зам. нач. УИТИ
Должность сотрудника УИТИ

Ключкова СВ
ФИО

[Подпись]
подпись дата

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.


Разработчики



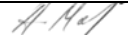

проф. Магомедов А.К.




доцент Кузьмина Е.В.

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
2	Внесение изменений в п. 13 «Специальные условия для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		2.06.20
4	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		2.06.20

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 1

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ


В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 2

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

в) *Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы*

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. **Национальная электронная библиотека** : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL:<http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. **SMART Imagebase** // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. **Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Согласовано:

зам. нач. УИТиТФИО | Ключкова СВ | [подпись]
Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО подпись дата

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		