

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
социологии и политологии


Д.В. Сосунов

28.03.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.01 Сетевая политическая коммуникация

1. Код и наименование направления подготовки: 41.03.04 Политология
2. Профиль подготовки: Публичное управление и политический менеджмент
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: социологии и политологии
6. Составители программы: Сосунов Д.В., к.п.н, доц.
7. Рекомендована: НМС исторического факультета, протокол № 3 от 28.03.2024
8. Учебный год: 2027-2028

Семестр: 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель – ознакомление с теоретическими и практическими аспектами сетевых политических коммуникаций.

Задачи курса:

формирование комплексных представлений об исследовательской традиции и новейших разработках в области исследования сетевых политических коммуникаций;

– ознакомление с сетевой инфраструктурой современных политических коммуникаций, управлением сетевыми коммуникациями и сетевой публичной политикой;

– ознакомление с присущими сетевой коммуникации эффектами, оказывающими влияние на средства массовой информации, журналистику, политическую систему и политические PR-технологии.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Политический риск-менеджмент» относится к блоку Б1 учебного плана, включена в ее вариативную часть и является курсом по выбору

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-2	способен осуществлять организацию брифингов, пресс-конференций, интервью и иных мероприятий с участием СМИ, обеспечивать развитие и наполнение официальных интернет-сайтов политических партий, органов публичной власти и представительств в социальных сетях и блогах	ПК-2.1	Разрабатывает стратегию и тактику по медиа-продвижению в интернет-сфере и, в частности, в социальных сетях и блогах.	Знать: основы публичного управления и законодательства РФ; . Уметь: готовить контент для официальных интернет-сайтов, блогов, пабликов в социальных сетях, Владеть (иметь навыки): работы с информационно-поисковыми системами, открытыми базами данных, ПО и социальными сетями.
		ПК-2.2	Осуществляет анализ целевой аудитории и поиск партнеров, готовит пресс-релизы и программу информационной программы.	Знать: методики оценки эффективности и результативности информационных кампаний; Уметь: создавать информационные поводы и организовывать проведение различных информационных кампаний. Владеть (иметь навыки): работы с информационно-поисковыми системами, открытыми базами данных, ПО и социальными сетями.

		ПК-2.3	Ведёт деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции с различными акторами политического процесса.	<p>Знать: основы публичного управления и законодательства РФ; основы ведения деловой переписки.</p> <p>Уметь: вести деловую переписку в рамках профессиональных задач. создавать информационные поводы и организовывать проведение различных информационных кампаний.</p> <p>Владеть (иметь навыки): работы с информационно-поисковыми системами, открытыми базами данных, ПО и социальными сетями.</p>
		ПК-2.4	Способен организовать и провести интервью с публичной VIP-персоной.	<p>Знать: основы публичного управления и законодательства РФ; нормы, правила, процедуры проведения пресс-конференций, брифингов и PR-мероприятий;</p> <p>Уметь: создавать информационные поводы и организовывать проведение различных информационных кампаний.</p> <p>Владеть (иметь навыки): организовывать и проводить встречи, брать интервью у публичных персон; правилами делового этикета.</p>

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 ЗЕТ/ 108 часов

Форма промежуточной аттестации зачет

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			№ 8	№ семестра	...
Аудиторные занятия		44	44		
в том числе:	лекции	18	18		
	практические	26	26		
	лабораторные				
	групповые консультации				
Самостоятельная работа		64	64		
в том числе: курсовая работа (проект)					
Форма промежуточной аттестации (экзамен – __ час.)					
Итого:		108	108		

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
1. Лекции			
1.1		Массовая коммуникации в обществе: роль и функции Структурный функционализм.	

	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	Семиология. Проблемы структуры знака. Эффекты восприятия знаков и символов. Идеологическая традиция.	
1.2	Эффекты СМК.	Модели коммуникации и виды СМК. Теории эффектов массовой коммуникации. Симбиоз традиционных и новых видов средств массовой коммуникации в информационном поле.	
1.3	Система отношений: СПК	Понятие нормативной и практической модели работы СМК. Виды моделей влияния средств массовой информации на политику. Проблема доверия СМИ со стороны граждан. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.	
1.4.	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	Информационная политика государства Правовое регулирование сферы СМК Проблема объективности средств массовой информации. Организационные и нормативно-правовые составляющие повышения эффективности работы СМК в государстве	
1.5	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	Социальные сети и блоги как новый феномен СМК Интернет, проблемы функционирования и регулирования Регулирование сети Интернет в странах мира	
1.6	Политическая реклама. Информационный лоббизм	Правовые регуляторы обращения рекламной продукции в политическом пространстве национального государства. Типология политической рекламы. Специфика национальных типов политического рекламирования. Базовые рекламные стратегии в политическом пространстве. Политический брэндинг. Понятие «информационного лоббизма». Информационный лоббизм в системе представительства интересов гражданского общества. Отличительные особенности информационного лоббизма в исполнительных, законодательных и судебных структурах и органах государственной власти. Стратегии и методики деятельности групп давления через СМИ, партийные структуры.	
1.7	Информационный терроризм	Экстремизм и терроризм в современном мире. Понятие «преступлений в информационной сфере». Сущность информационного терроризма. Политический и информационный терроризм: общее и особенное. Освещение в СМИ деятельности террористических организаций. Основные террористические организации в современном мире. Лидеры преступного информационного сообщества. Основные формы борьбы государства с информационным терроризмом. Киберконтроль. Проблемы правового обеспечения противодействия информационному терроризму.	
1.8	Государственная информационная политика. Политика	Государство как важнейший субъект на информационном рынке. Структура и принципы организации информационной деятельности государства в сфере управления и внутренней	

	государства в области информационной безопасности	политики. Информационное взаимодействие правящего режима с оппозицией. Основные направления государственной информационной политики.	
1.9	Информационные кампании	Понятие «информационных кампаний». Информационные кампании и политический маркетинг. Основные задачи информационных кампаний в пространстве политики. Типы информационных кампаний и политические процессы. Информационные кампании во время выборов. «Большие» и «адресные» инфокампании. Агрессивные и игровые информационные кампании. Отличительные черты оперативных и долгосрочных информационных кампаний. Международные информационные кампании.	
2. Практические занятия			
2.1	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	Массовая коммуникации в обществе: роль и функции Структурный функционализм. К. Дебор «Общество спектакля». Эффекты восприятия знаков и символов. Н. Луман «Невероятная коммуникация». Идеологическая традиция. «Структура мифа» Р. Барта.	
2.2	Эффекты СМК.	Модели коммуникации и виды СМК. Теории эффектов массовой коммуникации. Симбиоз традиционных и новых видов средств массовой коммуникации в информационном поле. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.	
2.3	Система отношений: СМК - рынок - государство - гражданское общество - человек	Понятие нормативной и практической модели работы СМК. Виды моделей влияния средств массовой информации на политику. Проблема доверия СМИ со стороны граждан. Стандарты свободы печати и ответственности прессы в развитых странах. Собственники СМИ – их роль в коммуникационном процессе. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.	
2.4	Медиа – контент в политической рекламе и агитационной деятельности.	Правила составления ПР текста для публичного лица. Отражение в них месседжа и политического имиджа персоны. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения файлов, палитры. Правила создания презентаций.	
2.5	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	Информационная политика государства Правовое регулирование сферы СМК Проблема объективности средств массовой информации. Правовое нормирование против манипуляции в рекламе Организационные и нормативно-правовые составляющие повышения эффективности работы СМК в государстве	
2.6	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	Социальные сети и блоги как новый феномен СМК Интернет, проблемы функционирования и регулирования Регулирование сети Интернет в странах мира	
2.7	Система аргументации в	Что такое убеждающая речь.	

	выступлении политика	Каковы способы речевого воздействия, связанные со скрытым принуждением? Какие риторические фигуры способны передавать ритм чувств оратора? Какие элементы композиционной структуры занимают сильную позицию в тексте;	
2.8	Речь как политический инструмент	Политик как языковая и коммуникативная личность. Речевая деятельность политика как средство самоидентификации личности и способ моделирования сообщества. Социальная и коммуникативная роль политика. Требования к эффективному публичному выступлению политического лидера. Формы речевого общения политика. Методы исследования речевого поведения политика. Смена коммуникативно-риторической традиции как изменение политической стратегии.	
2.9	Политическая реклама. Информационный лоббизм	Правовые регуляторы обращения рекламной продукции в политическом пространстве национального государства. Типология политической рекламы. Специфика национальных типов политического рекламирования. Базовые рекламные стратегии в политическом пространстве. Политический брэндинг. Понятие «информационного лоббизма». Информационный лоббизм в системе представительства интересов гражданского общества. Отличительные особенности информационного лоббизма в исполнительных, законодательных и судебных структурах и органах государственной власти. Стратегии и методики деятельности групп давления через СМИ, партийные структуры.	
2.10	Информационный терроризм	Экстремизм и терроризм в современном мире. Понятие «преступлений в информационной сфере». Сущность информационного терроризма. Политический и информационный терроризм: общее и особенное. Освещение в СМИ деятельности террористических организаций. Основные террористические организации в современном мире. Лидеры преступного информационного сообщества. Основные формы борьбы государства с информационным терроризмом. Киберконтроль. Проблемы правового обеспечения противодействия информационному терроризму.	
2.11	Государственная информационная политика. Политика государства в области информационной безопасности	Государство как важнейший субъект на информационном рынке. Структура и принципы организации информационной деятельности государства в сфере управления и внутренней политики. Информационное взаимодействие правящего режима с оппозицией. Основные направления государственной информационной политики.	
2.12	Информационные кампании	Понятие «информационных кампаний». Информационные кампании и политический маркетинг. Основные задачи информационных кампаний в пространстве политики. Типы информационных кампаний и политические процессы. Информационные кампании во время выборов. «Большие» и «адресные» инфокампании. Агрессивные и игровые информационные	

		кампании. Отличительные черты оперативных и долгосрочных информационных кампаний. Международные информационные кампании.	
2.13	Международные аспекты развития современных информационных процессов	<p>Специфика международных информационно-коммуникативных процессов. Соотношение «единого» и «национального-государственного» информационных пространств. Глобализация и развитие мирового информационного рынка. Глокализация международной инфосферы. Политические и культурные трансформации в обществах под влиянием данных процессов. Основные нормативные модели развития мировых информационно-коммуникативных процессов.</p>	

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	2	2		6	10
2	Эффекты СМК.	2	2		6	10
3	Система отношений: СМК - рынок - государство - гражданское общество - человек	2	2		6	10
4	Медиа – контент в политической рекламе и агитационной деятельности.	2	2		6	10
5	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	2	2		6	10
6	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	2	2		6	10
7	Система аргументации в выступлении политика	2	2		6	10
8	Речь как политический инструмент	2	2		6	10
9	Политическая реклама. Информационный лоббизм	2	2		6	10
10	Информационный терроризм		2		4	6
11	Государственная информационная политика. Политика государства в области		2		2	4

	информационной безопасности					
12	Информационные кампании		2		2	4
13	Международные аспекты развития современных информационных процессов		2		2	4
	Итого	18	26		64	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

На первом занятии студенты знакомятся с целями, задачами и предметом изучаемого курса. Далее целесообразно ознакомление с рабочей программой учебной дисциплины, размещенной в электронной образовательной среде ВГУ. Таким образом будет получено представление о содержании курса и сформируются целевые установки при его изучении. В дальнейшем, в ходе занятий целесообразно фиксировать основные тезисы и их аргументацию, задавать преподавателю уточняющие вопросы, что способствует формированию общих представлений об основных особенностях научно-исследовательской деятельности в области востоковедения. Для организации самостоятельной работы студентов разработан ЭУМК размещенный на платформе электронного университета ВГУ <https://edu.vsu.ru/>

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с соответствующими разделами программы дисциплины, материалами учебных пособий, после чего следует определить с кругом основных проблем, выносимых на практическое занятие и приступить к изучению источников и литературы. При этом для каждого практического занятия целесообразно составлять план-конспект, в котором был бы собран основной материал по конкретной теме занятия.

Необходимой представляется и работа с терминами и понятиями по теме практического занятия, что помогает студентам лучше ориентироваться в материале. Для раскрытия содержания терминов следует пользоваться специальными словарями и энциклопедиями.

В самостоятельную работу входит также подготовка устного ответа или доклада на практическом занятии. Он представляет собой выступление студента на практическом занятии по какому-либо вопросу темы. Ответ должен быть полным, комбинировать в себе информацию из источников и исследовательской литературы. Ответ студента должен быть четко структурирован, то есть иметь введение, основную часть и заключение. Кроме того, устное выступление не должно быть зачитыванием конспекта. Оно должно представлять собой рассказ.

1. Подготовка докладов к семинарским занятиям на основе рекомендованной литературы.

2. Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине предполагает самостоятельное освоение понятийного аппарата и выполнение ряда творческих заданий, выдаваемых студентам преподавателем на семинарских занятиях.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Мухаев, Р.Т. Теория политики : учебник / Р.Т. Мухаев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 623 с. - URL:

	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436735
2	Гаврилова, М. В. Политическая коммуникация XX века : учебное пособие / М. В. Гаврилова. – Санкт-Петербург : Невский институт языка и культуры, 2008. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137744 – ISBN 978-5-91583-004-1. – Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Беляев, А. А. Антикризисное управление : учебник / А. А. Беляев, Э. М. Коротков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 311 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114721 (дата обращения: 31.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01580-4. – Текст : электронный.
2	Гавриленко, В. М. Менеджмент. Конспект лекций в схемах : учебное пособие : [16+] / В. М. Гавриленко. – Москва : А-Приор, 2010. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56333 (дата обращения: 31.08.2021). – ISBN 978-5-384-00278-9. – Текст : электронный.
3	Зеленков, М. Ю. Политология : учебник / М. Ю. Зеленков. – 2-е изд., доп. и уточн. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 340 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573147 (дата обращения: 31.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02889-2. – Текст : электронный.
4	Лютый, В. П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) : учебное пособие / В. П. Лютый. – Москва : Российская академия правосудия, 2012. – 292 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140617 (дата обращения: 31.08.2021). – ISBN 978-5-93916-324-8. – Текст : электронный.
5	Курбатов, В. И. Управление социальными рисками: учебно-методическое пособие / В. И. Курбатов ; Федеральное агентство по образованию Российской Федерации, Южный федеральный университет, Факультет социологии и политологии. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2009. – 80 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241004 (дата обращения: 31.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-0576-0. – Текст : электронный.
6	Марусева, И. В. Современный менеджмент (Классический и прикладной аспекты): учебное пособие для вузов / И. В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 540 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494455 (дата обращения: 31.08.2021). – Библиогр.: с. 428-436. – ISBN 978-5-4475-9728-3. – DOI 10.23681/494455. – Текст : электронный.
7	Овчаров, А. О. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебное пособие / А. О. Овчаров. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 260 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=215312 (дата обращения: 31.08.2021). – ISBN 978-5-4458-4173-9. – DOI 10.23681/215312. – Текст : электронный.
8	Политический менеджмент : учебное пособие / авт.-сост. Е. В. Галкина, Т. Б. Легенина ; под ред. Е. В. Галкиной ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 104 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459207 (дата обращения: 31.08.2021). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
9	Пономарева, М. А. Менеджмент в публичной политике: учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры / М. А. Пономарева, Н. В. Стариков, Е. В. Шандулин ; Н. В. Стариков, Федеральное агентство по образованию Российской Федерации, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2008. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240942 (дата обращения: 31.08.2021). – ISBN 978-5-9275-0429-9. – Текст : электронный.
10	Управление риском / гл. ред. А. В. Мельников ; учред. Р. Т. Юлдашев. – Москва : Анкил, 2017. – № 3(83). – 65 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486702 . – ISSN 1684-6303. – Текст : электронный.
11	Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3287-7. – Текст : электронный.
12	Назарчук, А. В. Учение Никласа Лумана о коммуникации / А. В. Назарчук. – Москва : Весь Мир, 2012. – 248 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229827 – ISBN 978-5-

	7777-0516-7. – Текст : электронный.
13	Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3287-7. – Текст : электронный.
14	Антоновский, А. Ю. Никлас Луман: эпистемологическое введение в теорию социальных систем / А. Ю. Антоновский. – Москва : Институт философии РАН, 2007. – 136 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45216 – ISBN 978-5-9540-0077-1. – Текст : электронный.
15	Бехманн, Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн ; пер. А. Ю. Антоновский, Г. В. Горохова, Д. В. Ефременко, В. В. Каганчук и др. – Москва : Логос, 2010. – 248 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84924 – ISBN 978-5-98704-456-8. – Текст : электронный.
16	Клюев, Ю. В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия / Ю. В. Клюев ; науч. ред. Д. П. Гавра. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 263 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434684 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6021-8. – DOI 10.23681/434684. – Текст : электронный.
17	Гаврилова, М. В. Методы и методики исследования политической коммуникации : учебное пособие / М. В. Гаврилова. – Санкт-Петербург : Невский институт языка и культуры, 2008. – 91 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137746 – ISBN 978-5-91583-002-7. – Текст : электронный.
18	Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебное пособие : [16+] / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. – Москва : Московский Государственный Университет, 2013. – 302 с. : ил. – (Библиотека факультета политологии МГУ). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595260 – ISBN 978-5-19-010845-3. – Текст : электронный.
19	Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : [16+] / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848 Библиогр.: с. 538 - 584. – ISBN 978-5-7598-2119-9 (в пер.). - ISBN 978-5-7598-2029-1 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2119-9. – Текст : электронный.
20	Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие : [16+] / З. Н. Сергеева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 91 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576518 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-2879-5. – Текст : электронный.
21	Крупенков, В. В. Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-практическое пособие / В. В. Крупенков, Н. А. Мамедова, А. Н. Грачев. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 115 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968 – ISBN 978-5-374-00564-6. – Текст : электронный.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1	Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ". – URL: http://rucont.ru (дата обращения: 01.06.2021).
2	Университетская библиотека ONLINE: электронно-библиотечная система. – URL: http://www.biblioclub.ru (дата обращения: 01.06.2021).
3	Электронно-библиотечная система "Лань". – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 01.06.2021).
4	Электронный каталог Научной библиотеки ВГУ. – URL: http://www.lib.vsu.ru (дата обращения: 01.06.2021).

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Черникова В.В., Пельтихина Е.А. «Политическая коммуникация»: ЭУМК / В.В. Черникова, Е.А. Пельтихина. - URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11469

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Дисциплина реализуется с использованием дистанционных образовательных технологий. По дисциплине разработаны ЭУМК на платформе электронного университета ВГУ <https://edu.vsu.ru> При освоении дисциплины обучающиеся получают возможность пользоваться профессиональными базами данных, указанными в пункте «15. в)» данной программы.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, Linux — Ubuntu, LibreOffice, Xnconvert, поисковая система Яндекс, Яндекс Диск.

СПС "Консультант Плюс" для образования, Office Home and Student 2019 All Lng PKL Onln CEE Only DwnLd C2R NR, WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR, СПС "Консультант Плюс" для образования, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Универсальный Russian Edition

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
2	Эффекты СМК.	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
3	Система отношений: СМК - рынок - государство - гражданское общество - человек	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
4	Медиа – контент в политической рекламе и агитационной деятельности.	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
5	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
6	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
7	Система аргументации в выступлении политика	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
8	Речь как политический инструмент	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
9	Политическая реклама. Информационный лоббизм	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
10	Информационный терроризм	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
11	Государственная информационная политика. Политика государства в области информационной безопасности	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
12	Информационные кампании	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
13	Международные аспекты развития современных информационных процессов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Опрос
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет				<i>Перечень вопросов</i>

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Практические задания (текущий контроль)

Практическое задание 1:

Творческий проект «Инструментарий исследования по проблемам сетевой политической коммуникации»

На основе теоретического материала лекции на тему «Способы сбора информации и выявление политического риска» студенты разрабатывают оригинальный проект анкетного опроса по следующей схеме:

- Тема исследования
- Проблема и ее актуальность
- Цель исследования
- Задачи исследования
- Предмет исследования
- Объект исследования
- Анкета массового опроса

Постановка задачи: важно задать исследовательский вопрос. Что мы хотим узнать?

Анализ информации по проблеме: может оказаться, что эта проблема уже решена или существуют аналогичные исследования, не приведшие к окончательному результату. С этими результатами обычно сравниваются результаты, полученные автором.

Формулировка гипотез исследования: особого рода знание, а также особый процесс развития знания. Гипотеза в первом смысле слова – это обоснованное (не полностью) предположение о причинах явления, о ненаблюдаемых связях между явлениями и т.д.

План научного исследования: после того, как сформулирована гипотеза исследования, для ее проверки строится план научного исследования

- включает в себя выбор объекта – группы людей, с которыми будет проводиться эксперимент или за которыми будет проводиться наблюдение.

- Уточняется предмет исследований – часть реальности, которая будет изучаться.

Выбор метода исследования; Разработка анкеты массового опроса; Подведение итогов.

Проект презентуется перед группой студентов, которые выступают в роли экспертов.

Критерии оценки :

- отлично – студент обладает системными теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), без ошибок самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений,

- хорошо — студент обладает теоретическими знаниями (знает методику выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), самостоятельно демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые неточности (малосущественные ошибки), которые самостоятельно обнаруживает и быстро исправляет,

- удовлетворительно — студент обладает удовлетворительными теоретическими знаниями (знает основные положения методики выполнения практических навыков, показания и противопоказания, возможные осложнения, нормативы и проч.), демонстрирует выполнение практических умений, допуская некоторые ошибки, которые может исправить при коррекции их преподавателем,

- неудовлетворительно — студент не обладает достаточным уровнем теоретических знаний (не знает методики выполнения практических навыков, показаний и противопоказаний, возможных осложнений, нормативы и проч.) и/или не может самостоятельно продемонстрировать практические умения или выполняет их, допуская грубые ошибки.

20.1.2 Устный опрос:

Критерии оценки устного ответа

“Отлично” - ответ полон и верен, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и учебной литературы, соответствует вопросу, четко структурирован, имеет введение, основную часть и заключение; не является зачитыванием конспекта. Время, отведенное на устный ответ, не превышает 5-10 минут.

“Хорошо” - ответ соответствует вопросу, четко структурирован, не является зачитыванием конспекта. В основном раскрывает суть рассматриваемых событий и явлений, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и/или учебной литературы. Однако ответ не полон, либо содержит небольшие погрешности; либо ответ полон, но обучающийся затрудняется ответить на дополнительные вопросы; либо ответ избыточен, обучающийся затрудняется выделить основную мысль, выходит за рамки отведенного на устный ответ времени.

“Удовлетворительно” - ответ соответствует вопросу, обучающийся обращается к конспекту более 3 раз. Ответ частично раскрывает суть, либо детали рассматриваемых событий и явлений, содержит не критические ошибки (1-2), не отвечает на дополнительные вопросы, либо отвечает на них неправильно.

“Неудовлетворительно” - ответ обучающегося не соответствует вопросу, либо соответствует вопросу, но является чтением конспекта. Обучающийся допускает более 2 значительных ошибок, не может аргументировать высказываемые положения, не может продемонстрировать навыков критического мышления.

Критерии оценки практического задания:

“Отлично” - обучающийся выполнил свыше 90% задания.

“Хорошо” - обучающийся выполнил от 66% до 90% задания.

“Удовлетворительно” - обучающийся выполнил от 51% до 65% задания.

1. Основы теории массовой коммуникации.

1. Дебор – общество спектакля.

2. Семиология. Н. Луман «Невероятная коммуникация».

3. Идеологическая традиция. Структура мифа Р. Барта.

Задачи: проанализировать указанные тексты, обсудить основные положения, с приведением примеров из современной политической практики. Работа с первоисточниками, анализ текста. Обозначение поля дискурса.

Практическое задание:

Используя логику рассуждений Ги Дебора, найти примеры, которые характеризуют современную российскую политику, как сферу «спектакля» (7-10 примеров за период 1991 – 2018 гг.).

Проанализировать фотографии политических лидеров с точки зрения знаково – символического содержания. Проанализировать контекст.

Проанализировать символику любой политической партии, указать означаемое и означающее, а также идеологическую составляющую визуального изображения.

Перечислить современные политические мифы России: их социокультурные основания, возможности преодоления.

1. Эффекты современных СМИ

1. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.

2. Дж. Томпсон: Идеология и современная культура.

Практическое задание:

1. Используя модель Томпсона, проанализируйте приемы идеологического конструирования реальности, приведите примеры из современной политической практики.

2. Проанализировать кризисные моменты в работе масс-медиа в современном мире (уровень доверия, ангажированность, поверхностность и т.д.), используя работу Ж.Бодрийяра «Реквием по масс – медиа».

3. Система отношений: СМИ - рынок - государство - гражданское общество – человек.

1. СМИ в современной России: проблемы правового регулирования, доверия со стороны граждан.

2. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.

Практическое задание:

1. Нормативный анализ закона РФ «О средствах массовой информации»: количество поправок, правовые «пробелы» в содержании закона. Проанализировать сферы (и возможности) СМИ, которые не указаны в законодательстве.
2. Проанализировать рейтинги доверия СМИ на федеральном и региональном уровнях. Отношение к содержанию продукции со стороны граждан и необходимости цензурирования. (На основе БД ВЦИОМ, ФОМ, Левада – Центра, Бюллетеней Квалитас и др.). Период 2001-2015.
3. Проанализировать и сравнить рейтинги свободы СМИ в различных странах за период последних 15-20 лет.
4. Найти информационное событие и сделать Пресс – релиз.

4. Медиа – контент в политической рекламе и агитационной деятельности.

Полиграфическая продукция: типы макетов, требования типографий. Работа с макетом агитационного материала: программное обеспечение, алгоритм создания, работа с векторными и растровыми объектами. Агитационные материалы и их подготовка для web. Презентация: правила создания, её цель, задачи и структура. Работа с целевыми аудиториями.

Вопросы по теме:

- 4.1. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения файлов, палитры.
- 4.2. Создание макетов полиграфической продукции в программах Corel Draw, Microsoft publisher.
- 4.3. Правила создания презентаций.

Задачи: работа с политическими текстами: основные правила, практическая отработка. Подготовка полиграфических материалов, посредством освоения основных пакетов графических редакторов. Презентация: понятие, основные правила создания.

Практическое задание:

Составить пиар текст с отраженным месседжем для кандидата (политического или общественного лидера) или партии.

Освоить основы работы с полиграфическим агитационным материалом. Представить макет любого такого материала, созданный в векторных или растровых редакторах. (База – практические занятия по обучению работы в пакетах Corel Draw, Microsoft Publisher и др.)

Создание презентации (групповой проект). На семинары по созданию презентации группа делится по 3-4 человека.

5. Новые виды СМК и глобальные информационные потоки

Интернет, как канал коммуникации. Глобальная сеть, как инструмент формирования имиджа политика (организации).

Практическое задание:

1. Провести мониторинг электронных СМИ.
2. Проанализировать документы, регулирующие деятельность сети интернет (нормативный анализ).

6. Речь как политическое действие

Вопросы для обсуждения

Почему публичные выступления занимают большое место в профессиональной деятельности политика?

Что влияет на трудность восприятия текста?

Приведите примеры форм речевого поведения политика в современной России.

Каковы требования к публичному выступлению политика?

Практические задания

Практическая работа «Речевой портрет политика».

Задание: Составьте речевой портрет современного российского политика.

План описания.

1. Содержание политической речи.
2. Использование в речи слов и выражений (правильность, стилистическая уместность).
3. Голосоведение (темп, паузы, тембр, громкость, интонационное богатство).
4. Пластика оратора (телодвижения и глазной контакт с аудиторией).
5. Внешний вид.

7. Система аргументации в выступлении политика

Вопросы для обсуждения

Что такое убеждающая речь?

Каковы способы речевого воздействия, связанные со скрытым принуждением?

Каков, по вашему мнению, риторический стиль политического деятеля новой России?

В чем проявляется красота политической речи?

Назовите особенности убеждающих речей в современной России.

Опишите систему доказательств в риторике.

Какое качество придают речи фигуры убавления?

Какие риторические фигуры способны передавать ритм чувств оратора?

Какие элементы композиционной структуры занимают сильную позицию в тексте?

Каковы особенности торжественного красноречия?

Практические задания

Практическая работа «Система аргументации в выступлении политика».

2.1. Определите речевые средства воздействия на примере выступления одного из действующих политиков.

2.2. Определите речевые средства установления контакта с аудиторией на примере выступления одного из действующих политиков.

2.3. Определите особенности аргументации в выступлениях политиков.

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Перечень вопросов к зачету:

1. Массовая коммуникация в обществе: роль и функции
2. Структурный функционализм. К. Дебор «Общество спектакля».
3. Семиология. Проблемы структуры знака. Эффекты восприятия знаков и символов. Н. Луман «Невероятная коммуникация».
4. Идеологическая традиция. «Структура мифа» Р. Барта..
5. Модели коммуникации и виды СМК.
6. Теории эффектов массовой коммуникации.
7. Симбиоз традиционных и новых видов средств массовой коммуникации в информационном поле.
8. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.
9. Понятие нормативной и практической модели работы СМК.

10. Виды моделей влияния средств массовой информации на политику. Проблема доверия СМИ со стороны граждан.
11. Стандарты свободы печати и ответственности прессы в развитых странах. Собственники СМИ – их роль в коммуникационном процессе.
12. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.
13. Правила составления ПР текста для публичного лица. Отражение в них месседжа и политического имиджа персоны
14. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения файлов, палитры
15. Информационная политика государства
16. Правовое регулирование сферы СМК
17. Проблема объективности средств массовой информации.
18. Правовое нормирование против манипуляции в рекламе
19. Организационные и нормативно-правовые составляющие повышения эффективности работы СМК в государстве

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Описание технологии проведения.

Форма проведения зачета: собеседование в формате ответов на вопросы для подготовки к зачету. Требования к ответу: полное раскрытие вопросов; демонстрация навыков критического мышления; отсутствие фактических ошибок при изложении ответов на вопросы; демонстрация знаний материала непосредственно изложенного на лекциях и представленного в первоисточниках, разбираемых на практических занятиях по курсу; умение последовательно, связано излагать свои мысли.

Возможность дополнительных вопросов: преподаватель может задавать студенту дополнительные уточняющие вопросы, касающиеся тем указанных вопросов

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценок
<ul style="list-style-type: none"> ● Хорошее знание основных терминов и понятий курса; ● Хорошее знание и владение методами и средствами решения задач; ● Последовательное изложение материала курса; ● Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов; ● Достаточно полные ответы на вопросы при сдаче зачета; ● Умение использовать фундаментальные понятия из курса «Политический риск-менеджмент» 	Оценка «зачтено»
<ul style="list-style-type: none"> ● Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; ● Неумение решать поставленные задачи; ● Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса; ● Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов; ● Неумение использовать фундаментальные понятия из курса «Политический риск-менеджмент» 	Оценка «не зачтено»

Задания раздела 20.1 рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных результатов освоения данной дисциплины (знаний, умений, навыков).

