МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова»
(БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова)

Подписано цифровой подписью: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "БАЛТИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ "ВОЕНМЕХ" ИМ. Д.Ф. УСТИНОВА"

серийный номер: 00e82203138ed02e105d66fbfc553c4b39

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

_____ Шматко А. Д.
(подпись) ФИО
«____» _____20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление/специальность подготовки — **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Специализация/профиль/программа подготовки — **Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении**

Уровень высшего образования — **Бакалавриат**

Форма обучения — **Очная**

Факультет — **Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации**

Выпускающая кафедра — **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Кафедра-разработчик рабочей программы — **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	6	5	180	68	34	0	34	112	0	0	112	экз.

Санкт-Петербург
20__ г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

год набора группы: 2021

Программу составил:

Кафедра Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ _____
Сорокина Елена Владимировна, к.полит.н., доцент

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф. _____

15312

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

15312

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПСК-1.2 — способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ
ПСК-1.4 — способность создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПСК-1.2

знания:

на уровне представлений:

- структуру и условия реализации политико-коммуникативных кампаний;

на уровне понимания:

- модели, каналы и техники политической коммуникации;

умения:

теоретические:

- отбирать и сочетать каналы и техники политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний, политической мобилизации;

навыки:

- навыками отбора и сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний, политической мобилизации.

ПСК-1.4

знания:

на уровне воспроизведения:

- технологии и приемы осуществления политических коммуникаций, написания текстов для СМИ по политической тематике;

умения:

практические:

- проектировать и реализовывать коммуникативные технологии при проведении политических и избирательных кампаний, политической мобилизации, писать тексты для СМИ по политической тематике;

навыки:

- осуществления эффективной коммуникации при проведении политических и избирательных кампаний, политической мобилизации, написания текстов для СМИ по политической тематике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1,** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПОЛИТОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ РАБОТА В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПОЛИТИКЕ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
- ОПК-2 — Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
- ОПК-4 — Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- ОПК-5 — Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
- ПСК-1.3 — Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
- УК-10 — Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
- УК-6 — Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е., 180 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.2	ПСК-1.4
3	6	**Раздел 1. Понятие «политические коммуникации».** Понятия: «социальные коммуникации», «политические коммуникации», разность трактовок и междисциплинарные заимствования. Политическая коммуникация как особая форма информационного обмена. Социальные функции политической коммуникации. Теории политической коммуникации. Предмет политической коммуникации. Основные подходы и трактовки понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных авторов. Знакомство студентов с историей возникновения дисциплины, ее структурой и местом в рамках социологии коммуникаций, а также в системе социологии политики. История исследования политической коммуникации в социологической науке, политологии, истории, журналистике и др. науках. Известные авторы-исследователи политической коммуникации. Социальные функции политической коммуникации. Функции политической коммуникации по Г. Алмонду и др. Приемы политической коммуникации. Эффективность политической коммуникации (сравнительное рассмотрение ряда информационных политических проектов). Основные каналы распространения «политической информации». Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. Информационно-коммуникативные системы в политике.	34	12	6	6	22	20	20
3	6	**Раздел 2. Концепции политической коммуникации.** Досоциологический период социальной коммуникации. Материальные и нарративные источники, сигнификация, иконические образы. Социально-политические идеи: периоды и этапы наследования. Осмысление социальной коммуникации в качестве инструмента социально-политического взаимодействия. Идеи «политического общения» в трудах мыслителей западноевропейского Средневековья и Эпохи Возрождения. Новое время, новые коммуникативные практики, каналы и языки, проблемы свободы слова. Рассмотрение отдельных сторон политической коммуникации в рамках марксистской концепции. Г. Лассуэлл о проблемах эффективности воздействия массовой пропаганды. Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное направление в середине XX в. Социальная роль направленного информационного воздействия: возможности и ограничения. Вопросы эффективности информационного воздействия в условиях политической коммуникации. Проблемы ресурсного оснащения и информационной безопасности в политических коммуникативных практиках. Специализированные информационные технологии в политической коммуникации («информационная агрессия», «экологизация политических кампаний В.Н. Иванов и др.). Информационно-коммуникативное воздействие в конкурентной коммуникационной среде (К. Розенгрен, Дж. Комсток). Коммуникации в условиях политических нововведений. «Рождение биополитики» М. Фуко. Политические партии и некоммерческие организации как субъекты политики. Образование и информационная политика в современном государстве.	36	14	7	7	22	20	20
3	6	**Раздел 3. Виды и уровни политической коммуникации.** Виды политической коммуникации. Основная типология. Уровни социальных и политических коммуникаций (Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Л. Фестингер). Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца. Критические теории политической коммуникации. Политическая кибернетика как макроуровневая научная концепция. Принцип обратной связи в политических коммуникациях. Политологическая модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона. Использование политических коммуникаций в социально-экономическом и политическом моделировании, инновационной проектной деятельности. «Политический язык». Адресность политической информации. Каналы передачи и обмена значимой информацией. Закрытость политической информации. Проблемы: эффективного обмена между участниками коммуникативной цепи. Вопросы объективности исследования политических коммуникаций. Современные подходы к исследованию политической коммуникации. Акцентирование внимания на мезологической концепции социально-политического развития. Критическое осмысление современных научных подходов. Культура политических коммуникаций (сравнение отечественных и зарубежных подходов).	36	14	7	7	22	20	20
3	6	**Раздел 4. Модели политической коммуникации.** Модели политической коммуникации. Модель коммуникационного процесса Дж. Гербнера. Ситуации искажения распространяемых сообщений: модель К. Шеннона и У. Уивера. О роли обратной связи в политической коммуникации: модели У. Шрамма и М. Дефлёра. Перспективы трансформации практик замещения «униполярной» политической коммуникации «вещательного типа» интерактивными процессами, модели «паноптикум» и др. Восприятие политической информации населением, различными социальными категориями и группами. 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). Развитие коммуникационной кампании рекламного типа: перспективы и опасности. Кампания общественного информирования, двусторонняя асимметричная и двусторонняя симметричная модели. Социальный заказ на политическую информацию. «Прозрачная политическая коммуникация». Политическая информационная кампания маркетингового типа.	37	14	7	7	23	20	20
3	6	**Раздел 5. Политические коммуникации в виртуальной среде.** Влияние СМИ и СМК в информационном сопровождении публичной политики. Отбор и	37	14	7	7	23	20	20

15312

		селекция «актуальной» политической информации для освещения в СМК. Основные трактовки виртуальности и виртуального общества (социологические подходы и междисциплинарные определения). Социальные сети, виртуальные сети, компьютерные сети: общее и особенное. Направления политической коммуникации в современных информационных сетях. Интернет как средство политической коммуникации: история и перспективы развития «мировой политической паутины». Политические выборы и Интернет. 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 возможностей политического участия. Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства». Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)». Социоинженерные аспекты развития политической коммуникации в сети-Интернет. Перспективы формирования «электронной демократии» в Российской Федерации.							
Всего за 6 семестр			180	68	34	34	112	100	100
Всего по дисциплине			180	68	34	34	112	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Понятие «политические коммуникации».	Понятие «политической коммуникации»: содержание и трактовки.	2
2		Предметная область политической коммуникации.	2
3		Социальные функции политической коммуникации (анализ документов, типологический анализ, методика «мозгового штурма»).	2
4	Раздел 2. Концепции политической коммуникации.	Основания для выделения научных концепций: методологический уровень.	3
5		Сравнительно-критический анализ концептуальной состоятельности концепций политической коммуникаций.	4
6	Раздел 3. Виды и уровни политической коммуникации.	Виды политической коммуникации.	3
7		Уровни политической коммуникации. Ресурсное оснащение политических коммуникаций: участники, возможности, вероятные риски. Культура политических коммуникаций.	4
8	Раздел 4. Модели политической коммуникации.	Модели политической коммуникации (описание, сравнение, критика).	2
9		Закрытость политической информации: российские и зарубежные модели развития политической коммуникации (сигинетика, принцип «глухого телефона», дифференцирование информационных каналов и др.).	2
10		Репутационная модель политической коммуникации. Сверхнормативный вопрос: «Политическая информационная кампания маркетингового типа».	3
11	Раздел 5. Политические коммуникации в виртуальной среде.	Закрепление обзора научных трактовок понятий: «виртуальность», «виртуальная среда», «виртуальное общество».	3
12		Политические коммуникации в системе СМИ и СМК. Агенты и информанты, правила и проблемы защиты информации.	4
Всего за 6 семестр			34

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Понятие «политические коммуникации».	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Понятие «политической коммуникации»: содержание и трактовки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	7
2		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Предметная область политической коммуникации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	7
3		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Социальные	8

15312

		функции политической коммуникации (анализ документов, типологический анализ, методика «мозгового штурма»)». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.	
4	Раздел 2. Концепции политической коммуникации.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основания для выделения научных концепций: методологический уровень». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	11
5		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Сравнительно-критический анализ концептуальной состоятельности концепций политической коммуникаций». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2.	11
6	Раздел 3. Виды и уровни политической коммуникации.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Виды политической коммуникации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	11
7		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Уровни политической коммуникации. Ресурсное оснащение политических коммуникаций: участники, возможности, вероятные риски. Культура политических коммуникаций». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.	11
8	Раздел 4. Модели политической коммуникации.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Модели политической коммуникации (описание, сравнение, критика)». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	7
9		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Закрытость политической информации: российские и зарубежные модели развития политической коммуникации (сигинетика, принцип «глухого телефона», дифференцирование информационных каналов и др.)». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	8
10		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Репутационная модель политической коммуникации. Сверхнормативный вопрос: «Политическая информационная кампания маркетингового типа»». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 4.	8
11	Раздел 5. Политические коммуникации в виртуальной среде.	Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Закрепление обзора научных трактовок понятий: «виртуальность», «виртуальная среда», «виртуальное общество»». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	11
12		Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Политические коммуникации в системе СМИ и СМК. Агенты и информанты, правила и проблемы защиты информации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 5. Подгоовка к экзамену.	12
Всего за 6 семестр			112

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	**НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА**																
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**
6				ВиЗ		ДР		ВиЗ		ДР				ВиЗ		ДР	

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- ВиЗ – вопросы и задания.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;

15312

- вопросы и задания.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- экзамен.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
2. Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. https://urait.ru — Главная – Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов.;
2. http://ibooks.ru — ЭБС Айбукс.ру - это большой выбор актуальной литературы для вашей библиотеки в электронном виде;
3. http://www.tnt-ebook.ru — TNT-EBOOK - Электронно-библиотечная система;
4. http://e.lanbook.com — ЭБС Лань;
5. http://library.voenmeh.ru — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

Современные профессиональные базы данных:

1. https://rusneb.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. https://cyberleninka.ru/ - Научная электронная библиотека «Киберлининка»; http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. http://www.consultant.ru/- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

1. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Аудитория с числом посадочных мест не меньше количества обучающихся.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **КОММУНИКАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1,** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:
ПСК-1.2 способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ;
ПСК-1.4 способность создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у обучающихся знаний, умений и навыков в области организации взаимодействия политических акторов, освоением ими используемых для этого коммуникативных технологий.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:
- диагностическая работа;
- вопросы и задания.

Промежуточная аттестация проводится в формах:
- экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **5** з.е., **180** ч. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия **(34 ч.)**, практические занятия **(34 ч.)**, самостоятельная работа студента **(112 ч)**.

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 180 ч., из них 68 ч. аудиторных занятий, и 112 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Понятие «политические коммуникации».		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Понятие «политической коммуникации»: содержание и трактовки». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	В. В. Касьянов. . Социология массовой коммуникации: Москва: Юрайт, 2020 (1-2)	7
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Предметная область политической коммуникации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.		7
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Социальные функции политической коммуникации (анализ документов, типологический анализ, методика «мозгового штурма»)». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 1.		8
Итого по разделу 1		22
Раздел 2. Концепции политической коммуникации.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Основания для выделения научных концепций: методологический уровень». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти: Москва: Юрайт, 2020 (1-2)	11
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Сравнительно-критический анализ концептуальной состоятельности концепций политической коммуникаций». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 2.		11
Итого по разделу 2		22
Раздел 3. Виды и уровни политической коммуникации.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Виды политической коммуникации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти: Москва: Юрайт, 2020 (3)	11
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Уровни политической коммуникации. Ресурсное оснащение политических коммуникаций: участники, возможности, вероятные риски. Культура политических коммуникаций». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 3.		11
Итого по разделу 3		22
Раздел 4. Модели политической коммуникации.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Модели политической коммуникации (описание, сравнение, критика)». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти:	7
Подготовка докладов к практическому занятию на тему:		8

«Закрытость политической информации: российские и зарубежные модели развития политической коммуникации (сигинетика, принцип «глухого телефона», дифференцирование информационных каналов и др.)». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Москва: Юрайт, 2020 (4)	
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Репутационная модель политической коммуникации. Сверхнормативный вопрос: «Политическая информационная кампания маркетингового типа»». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 4.		8
Итого по разделу 4		23
Раздел 5. Политические коммуникации в виртуальной среде.		
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Закрепление обзора научных трактовок понятий: «виртуальность», «виртуальная среда», «виртуальное общество»». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5.	Г. А. Борщевский. . Связи с общественностью в органах власти: Москва: Юрайт, 2020 (5)	11
Подготовка докладов к практическому занятию на тему: «Политические коммуникации в системе СМИ и СМК. Агенты и информанты, правила и проблемы защиты информации». Чтение основной и дополнительной литературы из списка п.5. Закрепление навыков, полученных на практических занятиях по разделу 5. Подгоовка к экзамену.		12
Итого по разделу 5		23

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- вопросы и задания;
- экзамен.

Критерии оценивания

Диагностическая работа
Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Вопросы и задания
Перечень вопросов и заданий приведён в Приложении 4 к рабочей программе дисциплины.

Экзамен
Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в целях определения уровня сформированности компетенций в соответствии с индикаторами их достижения. Контрольные задания для промежуточной аттестации формируются из утвержденного перечня оценочных материалов. Вариант контрольного задания содержит не менее 5 теоретических и (или) практических вопросов на каждую компетенцию, формирование которой обеспечивается в рамках дисциплины, не менее 50% заданий в варианте являются заданиями открытого типа, требующих развернутого письменного или устного ответа.

Критерии оценивания:
«неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося запланированных результатов освоения дисциплины (знаний, умений и навыков), необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции
«удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень достижения обучающимся запланированных результатов освоения дисциплины (знаний, умений и навыков), но при этом позволяет сделать вывод о способности обучающегося решать типовые профессиональные задачи
«хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине (знаний, умений и навыков) и позволяет сделать вывод о способности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи
«отлично»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания содержат не более двух незначительных ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень достижения обучающимся запланированных результатов обучения по дисциплине (знаниями, умениями и навыками) и позволяет сделать вывод о способности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.2	ПСК-1.4	
3	6	**Раздел 1. Понятие «политические коммуникации».**	34	12	6	6	22	20	20	Вопросы и задания
3	6	**Раздел 2. Концепции политической коммуникации.**	36	14	7	7	22	20	20	Вопросы и задания
3	6	**Раздел 3. Виды и уровни политической коммуникации.**	36	14	7	7	22	20	20	Вопросы и задания
3	6	**Раздел 4. Модели политической коммуникации.**	37	14	7	7	23	20	20	Вопросы и задания
3	6	**Раздел 5. Политические коммуникации в виртуальной среде.**	37	14	7	7	23	20	20	Вопросы и задания
Всего за 6 семестр			180	68	34	34	112	100	100	
Всего по дисциплине			180	68	34	34	112	100	100	

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы и задания

ПСК-1.2 - Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ
ПСК-1.4 - Способен создавать стандартные информационные и информационно-аналитические тексты по общественно-политической проблематике

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция	Время выполнения задания, мин
1.	A	…понятие, отображающее процесс взаимодействия политических субъектов на основе обмена информацией и непосредственного общения, а также средства и способы этого духовного взаимодействия A) политические коммуникации; B) Политические институты; C) Политические процессы; D) Политические акторы.	ПСК-1.4	2
2.	A	Что является объектом PR: A) СМИ; B) Общество; C) Информация; D) коммерческие организации.	ПСК-1.4	2
3.	A	Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются: A) СМИ; B) службы PR; C) средства связи; D)общественность.	ПСК-1.2	2
4.	A-B-D-C-E	Укажите правильную последовательность этапов PR кампании: A) определение PR проблемы; B) планирование PR кампании; C) проведение PR кампании; D) выбор общественных групп; E) анализ эффективности PR кампании.	ПСК-1.2	2
5.	A-D-C-B-E	Укажите правильную последовательность этапов исследования: A) определение цели исследования; B) анализ информации; C) сбор информации; D) разработка программы исследований; E) формулировка выводов.	ПСК-1.4	2

6.	A	Коммуникации соответствует определение: A) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию; B) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений; C) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении); D) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений.	ПСК-1.4	2
7.	B	Коммуникантом является: A) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач; B) получатель сообщения в коммуникационном процессе; C) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений; D) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;	ПСК-1.4	2
8.	D	Коммуникатором является: A) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы; B) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам; C) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио - и телепередач; D) отправитель сообщения в коммуникационном процессе	ПСК-1.4	2
9.	A	Кодирование в коммуникационном процессе означает: A) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов; B) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью визуальных символов или кодов; C) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью вербальных символов или кодов; D) определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью аудиальных символов или кодов;	ПСК-1.2	2
10.	A, B, C	Качественными характеристика источника сообщения являются: A) статус; B) надежность; C) квалификация отправителя; D) сила воздействия отправителя.	ПСК-1.2	2
11.	A, B	Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия: A) стимулирование активного обучения; B) получение практических навыков; C) обеспечение надлежащей интерпретации; D)обеспечение приема соответствующего сообщения.	ПСК-1.2	2
12.	A, B	Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»: A) Р. Ходж; B) Г. Кресс; C) Ю. Лотман; D) Т. Тодоров.	ПСК-1.4	2

13.	B	Знак, план выражения, который похож на план содержания, в теории коммуникации называют: A) конвенциональным; B) иконическим; C) семантическим; D) прагматическим.	ПСК-1.4	2
14.	A	Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования: A) стимулирование активного обучения и получения практических навыков; B) привлечение внимания к данной коммуникации; C) обеспечение приема соответствующего сообщения; D) обеспечение запоминания сообщения для его использования.	ПСК-1.4	2
15.	D	Обратная связь - это вербальный или невербальный сигнал от получателя информации к его источнику, служащий ответом на инициирующее высказывание или поведение, выполняющий … или коррективную функцию. A) комплементарную; B) поясняющую; C) объяснительную; D)сигнальную.	ПСК-1.4	2
16.	C	Верны ли суждения, приведенные ниже, о функциях СМИ в политической жизни общества? 1. Использование СМИ в политической жизни общества позволяет стандартизировать и унифицировать мнения, поведенческие ориентиры граждан. 2. Использование СМИ в политической жизни общества позволяет склонить общественное мнение в поддержку того или иного. A) да; B) нет; C) оба верны.	ПСК-1.2	2
17.	C	Верны ли суждения, приведенные ниже, о политическом участии: 1. Политическое участие - это взаимодействие организованных и осуществляющих властные функции индивидов и групп. 2. Политическое участие представляет собой воздействие политических партий на ход общественных процессов и принятие государственных решений. A) только 1; B) только 2; C) оба верны; D)оба не верны.	ПСК-1.2	2
18.	A, B, C, D	По мнению Т. Парсонса, в число элементов коммуникации входят: A) действие носителя сообщения; B) ответная реакция реципиента; C) содержание коммуникативного процесса; D) взаимные роли, связывающие между собой участников коммуникативного взаимодействия.	ПСК-1.4	2

19.	A, D	В концепции общественного вещания Дж. Рейта сформулированы следующие его принципы: A) максимальная доступность каждому члену общества; B) регулярность исследований общественного мнения; C) совпадение с ценностными ориентациями аудитории; D) наличие унифицированного контроля.	ПСК-1.2	2
20.	A, D	Определите форму, при которой осуществляется деловое общение: A) переговоры; B) видеоконференция; C) групповой чат; D)совещание.	ПСК-1.2	2
21.	Процесс установления осмысленных контактов между отправителями (коммуникаторами) и получателями (реципиентами) политической информации	Что вы понимаете под политическими коммуникациями:	ПСК-1.2	5
22.	Сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности	Бюджет PR кампании:	ПСК-1.2	5
23.	Книжность	Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже: 1) письменность; 2) социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность; 3) книгопечатание и полиграфическая революция; 4) урбанизация общества; 5) формирование национальных библиотек.	ПСК-1.2	5
24.	Модель паблисити	Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики: 1) основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг; 2) целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации; 3) информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации; 4) поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения; 5) примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка.	ПСК-1.2	5

25.	Модель общественной информации	Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики: 1) функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации; 2) это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение; 3) информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекции взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации; 4) исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации); 5) используется государственными учреждениями, общественно-политическими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.	ПСК-1.2	5
26.	Модель двусторонней симметрии	Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики: 1) основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности; 2) это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации; 3) информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации; 4) исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу; 5) примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.	ПСК-1.2	5
27.	Группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них	Аудиторией коммуникации является:	ПСК-1.4	5
28.	Мультимедийность	Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности: 1) замена линейного текста нелинейным гипертекстом; 2) информационное общество; 3) проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер); 4) социальная информация как ключевой экономический ресурс; 5) либерально-демократическая политическая ориентация общества.	ПСК-1.4	5

29.	Модель двусторонней асимметрии	Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики: 1) функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью; 2) имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью; 3) информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения; 4) оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации; 5) примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агентства, деятельность которых определяется государством.	ПСК-1.2	5
30.	Верно	Верно ли утверждение: Массовой коммуникацией можно называть: взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень:	ПСК-1.4	5
31.	Массовая	Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками: 1) массовость аудитории; 2) гетерогенность аудитории; 3) использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации; 4) быстрое распространение сообщений; 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации.	ПСК-1.2	5
32.	Возможности аудитории в области информационных операций и процессов принятия решений	Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:	ПСК-1.4	5
33.	Убеждающей	Общение с целью сделать партнера своим единомышленником называется … коммуникацией:	ПСК-1.2	5
34.	Пассивное	Гражданин Д. время от времени участвует в голосовании на выборах, изредка посещает и массовые политические мероприятия. Этот пример иллюстрирует какой вид политического участия:	ПСК-1.2	5
35.	Да	Использование СМИ в политической жизни общества позволяет стандартизировать и унифицировать мнения, поведенческие ориентиры граждан, так ли это:	ПСК-1.4	5
36.	Да	Согласны ли ВЫ, что главной особенностью СМИ по сравнению с обычными средствами коммуникации является прямая связь с общественностью:	ПСК-1.4	5
37.	Информационная	Функции массовой коммуникации на индивидуальном уровне: (дополните): 1. Функция развлечения; 2. Функция личностной идентификации; 3. Функция интеграции и социального общения; 4. Функция …. .	ПСК-1.4	5

38.	Речевая коммуникация	Культурное речевое действие диалогового характера, направленное на субъект или объект как на партнера коммуникации с целью сообщения информации о себе, о другом или оценки кого-либо или чего-либо называется:	ПСК-1.2	5
39.	Манипуляторному стилю общения	вид психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего порядка характерен для:	ПСК-1.4	5
40.	Частью политического имиджа	Чем является событийный образ политического деятеля с точки зрения коммуникации:	ПСК-1.4	5