



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ФГБОУ ВО «ИГУ»**  
Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»



Директор ИФИЯМ ИГУ М. Б. Ташлыкова  
«12» февраля 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.ДВ.03.01 ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ**

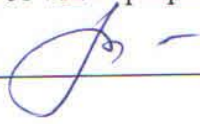
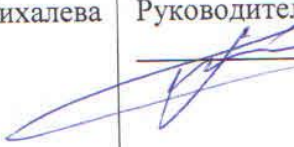
Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки  
**Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства**

Квалификация выпускника - **магистр**

Форма обучения **очная**

*(программа реализуется с частичным использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*

<p>Согласовано с УМК института</p> <hr/> <p>Протокол №6 от «12» февраля 2024 г.</p> <p>Председатель  О. Л. Михалева</p>	<p>Рекомендовано отделением ВШЖМ ИФИЯМ ИГУ</p> <p>Протокол №6 от «9» февраля 2024 г.</p> <p>Руководитель отделения  А. В. Гимельштейн</p>
--	---

Иркутск 2024 г.

- I. Цели и задачи дисциплины (модуля)
- II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.
- III. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)
- IV. Содержание и структура дисциплины
  - 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов
  - 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 4.3 Содержание учебного материала
    - 4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ, план самостоятельной работы студентов, методические указания по организации самостоятельной работы студентов
    - 4.3.2 Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов
  - 4.4 Методические указания по организации самостоятельной работы студентов
  - 4.5 Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)
- V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
  - а) перечень литературы
  - б) периодические издания (указать при необходимости)
  - в) список авторских методических разработок (указать при наличии)
  - г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы
- VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
  - 6.1. Учебно-лабораторное оборудование:
  - 6.2. Программное обеспечение:
  - 6.3. Технические и электронные средства обучения:
- VII. Образовательные технологии
- VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (модуля):**

**Цель:** сформировать знания и умения в области управления политическими коммуникациями.

Дисциплина в рамках ООП направлена на базовую профессиональную подготовку магистрантов гуманитарного вуза, она способствует развитию у будущих журналистов таких личностных качеств, как социальную ответственность и воображение, планированию и прогнозированию своей личностной и общественной деятельности. Прививает навыки исследования журналистскими методами проблем социально-экономического взаимодействия человека, поиск ресурсов для их преодоления, опыт установления конструктивного социального партнёрства с разными институтами общества, которые способствуют формированию готовности действовать во имя консолидации российского общества и гражданскому воспитанию студентов в целом.

### **Задачи:**

- сформировать знания об области политических коммуникаций, основных принципах и технологиях политической борьбы.
- проанализировать основные механизмы управления процессами и технологиями политической борьбы.
- выработать умения выстраивать взаимосвязанную и последовательную кампанию на региональном и муниципальном уровнях.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:**

Дисциплина **Б1.В.ДВ.03.01 Политические коммуникации** относится к части учебного плана подготовки магистров по направлению: 42.04.02 Журналистика, формируемой участниками образовательных отношений.

Магистр по направлению подготовки «Журналистика» должен быть подготовлен к выполнению таких профессиональных задач, как планирование и организация рекламных и PR кампаний, руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга, организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения и т.д.

В связи с этим необходимым условием полноценной подготовки магистра по данному направлению является овладение методологией и методикой анализа общественного мнения, построения и управление кампаниями его формирующими.

Дисциплина «Политические коммуникации» (далее – дисциплина) относится к дисциплинам по выбору и изучается во взаимосвязи с другими дисциплинами.

Приступая к изучению данной дисциплины, студент должен иметь базовые знания, получаемые в рамках таких дисциплин, как: «Технологии управления общественным мнением».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины станут полезны для освоения дисциплины «Технологии взаимодействия с органами власти».

Дисциплина изучается на 2 курсе в 1 семестре.

Общая трудоёмкость дисциплины – **3 зачётных единицы, 108 часов.**

### III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) 42.04.02 Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства: УК -1, УК -3, ПК -3.

#### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
<p><b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>ИДК УК 1.1 Анализирует проблемную ситуацию как выявляя ее составляющие и связи между ними</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные источники получения информации, включая нормативные, методические, справочные и реферативные источники;</li> <li>- особенности системного и критического мышления</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- интерпретировать информацию в соответствии с поставленными задачами научно-исследовательской деятельности;</li> <li>- использовать знания современной науки при решении исследовательских задач;</li> <li>- критически анализировать информацию (отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности); анализировать источник информации; сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений);</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации;</li> </ul>
<p><b>УК-3.</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ИДК УК 3.3 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы, особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде;</li> <li>- основные понятия и методы конфликтологии, особенности поведения различных групп общества, с которым осуществляется взаимодействие, учитывать их в своей деятельности;</li> <li>- основные теории мотива-</li> </ul>

		<p>ции, лидерства, стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях.</p> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе;</li> <li>- применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде</li> </ul>
<p><b>ПК-3.</b> Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального или коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>ИДК ПК-3.1 предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального или коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы, особенности и структуру современного коммуникативного пространства масс-медиа;</li> <li>- концептуальные основы восприятия и взаимодействия в коммуникативной среде;</li> <li>- основные теории мотивации.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать инвариантность драматургии и специфику нарративного подхода в профессиональной деятельности.</li> <li>- анализировать и определять место и качество разработанного материала в структуре.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b> навыками планирования и подготовки журналистских материалов на разных медиаплатформах.</p>

## IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов,

Форма промежуточной аттестации: \_\_\_\_\_ зачет \_\_\_\_\_  
(экзамен, зачет, зачет с оценкой)

### 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная Работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Тема 1. Информационно-коммуникативные процессы в политической сфере		2			2	Опрос, дискуссия
2.	Тема 2. Методология и сущность политических коммуникаций		2			4	Опрос, дискуссия
3.	Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли		2	2		4	Опрос, дискуссия
4.	Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе		2	2		10	Практическая работа
5.	Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях		2	2		10	Практическая работа
6.	Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций			4		10	Практическая работа

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная Работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
7.	Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет		2	2		10	Практическая работа
8.	Тема 8. Управление политическими коммуникациями			2		10	Практическая работа
9.	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России			2		10	Практическая работа
10.	Тема 10. Политические коммуникации в электоральных процессах в России и в мире		2			2	
							Зачет
<b>Итого часов</b>			<b>16</b>	<b>16</b>		<b>72</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
3	Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли		1-2 нед.	2	Практическая работа	Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы [Текст] : учебное пособие для вузов / Р. И. Мокшанцев. - М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2008. - 230 с. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник / ред. Л. М. Дмитриева. - М.: Экономика, 2008. - 639 с.



Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
3	Тема 1. Информационно-коммуникативные процессы в политической сфере		1-2 нед.	4	Опрос, дискуссия	<p>Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/511187">https://urait.ru/bcode/511187</a> (дата обращения: 19.04.2023).</p>

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
3	Тема 2. Методология и сущность политических коммуникаций		1-2 нед.	4	Опрос, дискуссия	-//-
3	Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	Разработка политической кампании в команде (исследование аудитории и окружения)	1-2 нед.	10	Опрос, дискуссия	-//-
3	Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	Разработка политической кампании в команде (разработка концептуальной основы – идеология)	1-2 нед.	10	Практическая работа	-//-
3	Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	Разработка политической кампании в команде (разработка и особенности реализации стратегии и работа штаба, структура информационных волн и последовательность)	1-2 нед.	10	Практическая работа	-//-
3	Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций	Разработка политической кампании в команде (приемы политической борьбы, отстройка, организация встреч)	1-2 нед.	10	Практическая работа	-//-

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
3	Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет	Разработка политической кампании в команде (коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	1-2 нед	10	Практическая работа	-//-
3	Тема 8. Управление политическими коммуникациями	Разработка политической кампании в команде ((коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	1-2 нед	10	Практическая работа	-//-
3	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	Разработка политической кампании в команде (подведение итогов)	1-2 нед	1	Практическая работа	-//-
3	Тема 10. Политические коммуникации в электоральных процессах в России и в мире		1-2 нед	1	Изучение доп литературы по теме	-//-
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)						
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>					<b>72</b>	

### 4.3. Содержание учебного материала

Тема 1. Информационно-коммуникативные процессы в политической сфере

Истоки и основные парадигмы политической коммуникации. Определение политической коммуникации. Функции социально-коммуникативных технологий. Типология социальной коммуникации. Особенности коммуникативных процессов в политической области

Тема 2. Методология и сущность политических коммуникаций

Понятие и сущность политических коммуникаций. Основные элементы концепции и понятия «политических коммуникаций». Эволюция понятия. Основные аспекты коммуникаций в политической сфере. Методологические аспекты политических коммуникаций

Проблема управления коммуникационными системами в политических процессах. Взаимосвязь внешних и внутренних аспектов политических коммуникаций.

Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли

Правомерность применения подходов концепции «политических коммуникаций» применительно к сфере стратегического управления. Общие и отличительные черты коммуникативной интеграции в политической и деловой сферах. Принцип управления политическими коммуникациями. Практические вопросы исследования и завоевания «политического рынка». Формирование и поддержание позитивного имиджа субъектов политики. Выработка технологий информационного воздействия на избирательные процессы. Значение и перспективы функционирования коммуникаций в политической сфере.

Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе

Институциональные основания современных политических коммуникаций власти.

Методы и способы воздействия на процессы развития политических коммуникаций.

Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях

Коммуникативная интеграция: новые парадигмы PR. Специфика стратегического PR и его взаимосвязь с концепцией «политических коммуникаций». Принципы и формы интегрированного подхода в деятельности структур по связям с общественностью.

Проблема маркетинга в политике. Использование маркетинговых технологий в политической деятельности. Понятие «политический товар». Маркетинговые технологии исследования политического рынка.

Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций

Манипулятивные технологии в системе политических коммуникаций. Психология манипуляции. Определение манипуляции. Признаки манипуляции. Манипуляция на уровне психических процессов. Манипуляция на уровне психологических процессов.

Современные технологии в пространстве российских политических коммуникаций

Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернета

Современные тенденции изменений природы и форм массовых коммуникаций. Неравномерное распределение коммуникационных ресурсов в мире. Политические дебаты вокруг «Нового мирового порядка в области информации и коммуникации». Три уровня медиа. Медиа непосредственные, медиа опосредованные и конвергентные медиа. Понятие медиаконвергенции и ее проявления. Гибрид массовых и интерперсональных коммуникаций. Теории технологического детерминизма. Новые медиа как коммуникативные инструменты: мобильный телефон, онлайн, тематическое ТВ. Широта исследований и методов изучения новых медиа. Кластеризация и фрагментация аудитории. Новые типы ньюзрумов.

Тема 8. Управление политическими коммуникациями

Взаимодействие власти и общества в системе политических коммуникаций.

Политическая манипуляция. Символическая политика. Информационная асимметрия. Политическая манипуляция в США. Современные тенденции российских СМИ во влиянии на политическое сознание.

Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России

Политическая элита России как субъект политических коммуникаций. Массовое политическое сознание как объект политических коммуникаций российской власти.

Тема 10. Политические коммуникации в электоральных процессах в России и в мире

Особенности политических коммуникаций для создания технологий политического лоббирования, выработки имиджа субъектов политики и информационного воздействия на избирательные процессы. Политические коммуникации власти в современном электоральном пространстве.

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1	Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	2	Опрос, дискуссия	УК-1,3,
2.	2	Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	2	Практическая работа	УК-1,3,
3.	3	Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	2	Практическая работа	ПК-3
4.	4	Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций	4	Практическая работа	ПК-3,
5.	5	Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет	2	Практическая работа	ПК-3,
6.	6	Тема 8. Управление политическими коммуникациями	2	Практическая работа	ПК-3
7.	7	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	2	Практическая работа	ПК-3,

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)**

№ Пп /п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	Разработка политической кампании в команде (исследование аудитории и окружения)	УК- 1,3,	ИДК УК 1.1, 3.3, 4.1
2	Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	Разработка политической кампании в команде (разработка концептуальной основы – идеология)	УК-1,3,	ИДК УК 1.1, 3.3, 4.1
3	Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	Разработка политической кампании в команде (разработка и особенности реализации стратегии и работа штаба, структура информационных волн и последовательность)	ПК-3	ИДК ПК 3.1
4	Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций	Разработка политической кампании в команде (приемы политической борьбы, отстройка, организация встреч)	ПК-3	ИДК ПК 3.1
5	Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет	Разработка политической кампании в команде (коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	ПК-3	ИДК ПК 3.1
6	Тема 8. Управление политическими коммуникациями	Разработка политической кампании в команде ((коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	ПК-3	ИДК ПК 3.1
7	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	Разработка политической кампании в команде (подведение итогов)	ПК-3	ИДК ПК 3.1

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Задачами самостоятельной работы студентов (СРС) являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам.

Процесс организации СРС включает в себя несколько этапов. Подготовительный этап как определение целей, подготовка методического обеспечения, подбор литературы. Основной - реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы. Заключительный - оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда.

#### 4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)

Курсовые работы по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены.

### V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосенко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00255-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511187> (дата обращения: 19.04.2023).

2. Мухаев, Р. Т. Политология. Субъекты политики. Политические процессы : учебник для вузов / Р. Т. Мухаев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16741-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531313> (дата обращения: 19.04.2023).

3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819> (дата обращения: 19.04.2023).

4. Забурдаева, Е. В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс] / Е. В. Забурдаева. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 343 с. - Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27092>. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7567-0647-5.

5. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 443 с. - (Высшее образование). - Режим доступа:

<https://urait.ru/bcode/510894>, <https://urait.ru/book/cover/9288627B-7862-4608-A092-3290A9DDA204>. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-13985-3 : 1689.00 p.URL: <https://urait.ru/bcode/510894> (дата обращения: 18.05.2023).

6. Михалева, О. Л. Теория коммуникации: специфика манипулятивного воздействия в политическом дискурсе : учеб. пособие / О. Л. Михалева ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2009. - 309 с. ; 20 см. - Библиогр. в конце глав. - Библиогр.: с. 192-207. - ISBN 978-5-9624-0333-5 (22 экз.).

#### **Периодические издания**

Федеральные и региональные СМИ.

Журналы:

«Журналист. Социальные коммуникации»// <http://journalist-virt.ru>

«Журналист» // <http://journalist-virt.ru>

«Журналистика и медиарынок». <http://www.jourmedia.ru>

«Среда» // <http://www.sreda-mag.ru>

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, более 20 полнотекстовых версий журналов по тематике курсов.

2. Электронная библиотека «Труды ученых ИГУ» (<http://ellib.library.isu.ru>).

3. Электронные библиотечные системы. Образовательные ресурсы НБ ИГУ:

ЭЧЗ «БиблиоТех»

ЭБС «Издательство «Лань»

ЭБС «Руконт»

ЭБС «Айбукс»

ЭБС «ЮРАЙТ»

ЭБ Издательского центра «Академия»

ИС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

#### **Интернет-ресурсы:**

Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова <http://www.mediascope.ru>

Электронная краеведческая библиотека <http://i.irklib.ru> : книги, журналы, газеты, статьи. Почти 200 наименований газет и журналов, около 80 тысяч номеров газет и журналов за 150 лет хранится в базе данных проекта «Хроники Приангарья» Иркутской областной научной библиотеки имени И.И. Молчанова-Сибирского.

Интернет-ресурсы Иркутской областной публичной библиотеки им. И.И.Молчанова-Сибирского. <http://www.irklib.ru>

Интернет-ресурсы Научной библиотеки им. В.Г.Распутина ФГБОУ ВО «ИГУ». <http://library.isu.ru/ru/resources/internet/index.html>

library.isu.ru – Научная библиотека имени В.Г.Распутина Иркутского государственного университета. Полнотекстовые версии оцифрованных архивных изданий («Издания ВСОР-ГО», «Иркутские епархиальные ведомости», газета «Власть труда», другие Дореволюционные региональные периодические издания

Проект НБ ИГУ «Музей восточной книги» . <http://library.isu.ru/ru/east/index.html>

Бесплатный онлайн-курс Лекториум «Журналистика».

[https://presshistory.ru/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=presshistory&utm\\_content=attachment](https://presshistory.ru/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=presshistory&utm_content=attachment)

Фундаментальный историко-литературный проект (курс «История русской журналистики»). Сайт проекта: [www.presshistory.ru](http://www.presshistory.ru)



## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебно-лабораторное оборудование:

Аудитория Б-200. 9 посадочных мест.

Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью и техникой: 1) доска зеленая меловая (1), доска магнитно-маркерная (1), столы компьютерные (1), столы письменные, стулья; 2) ноутбук Asus (1), проектор Epson (1), экран (1).

### 6.2. Программное обеспечение:

- «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499
- Node 1 year Educational Renewal License». – Форум Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. КЕС. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц. №1В08161103014721370444.

- **Desktop Education** ALNG Lic SAPk OLV E IY Academic Edition Enterprise (Windows).

- **WinPro10 Rus Upgrd OLP NL Acdmc** (Windows). Лицензия № 68203571.

- **OFFICE 2007 Suite**. Лицензия № 43364238.

- **Drupal**. Условия использования по ссылке: [https://www.drupal.org/project/terms\\_of\\_use](https://www.drupal.org/project/terms_of_use).

Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.

- **Moodle**. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.

- **Google Chrome**. Браузер. Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Google\\_Chrome/](https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/) Срок действия: бессрочно.

- **Mozilla Firefox**. Браузер. Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.

- **Opera**. Браузер. Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.

- **PDF24Creator**. Приложение для создания и редактирования документов в

- формате PDF. Условия использования по ссылке: [https://en.pdf24.org/pdf/lizenz\\_en\\_de.pdf](https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf). Срок действия: бессрочно.

- **VLC Player**. Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.

- **BigBlueButton**. Открытое программное обеспечение для проведения веб-

- конференции. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.

- **Sumatra PDF**. свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для

- платформы Windows. Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_PDF](https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF). Срок действия: бессрочно.

- **Media player home classic**. Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для

- операционной системы Windows. Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Media\\_Player\\_Classic](https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic). Срок действия: бессрочно.

- **AIMP**. Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

- **Speech analyzer**. Условия использования по ссылке: <http://www-01.sil.org/computing/sa/index.htm>. Срок действия: бессрочно.

### 6.3. Технические и электронные средства:

Ноутбук, проектор.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ:

Лекции; лекции-диспуты, дискуссии, мини-лекции, мозговой штурм, анализ определенных ситуаций, круглый стол, работа с наглядными пособиями, видео и аудиоматериалами;

Практические занятия, во время которых обсуждаются вопросы лекций, домашних заданий, проводятся контрольные и аудиторские самостоятельные работы, делаются устные сообщения по теме занятия, проводятся деловые игры с использованием аудио и видеоматериала, компьютерных технологий и т.д.;

Самостоятельная работа студентов, включающая усвоение теоретического материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение индивидуальных заданий, выполнение творческих работ, подготовка к текущему контролю успеваемости; освоение программы курса предусматривает знакомство с практикой деятельности современных издательских предприятий и редакций газет, телерадиокомпаний, что обеспечивается проведением экскурсий и лабораторных занятий на базе этих подразделений. Самостоятельная работа обеспечивается интерактивными методами обучения в ньюсруме, моделирующим работу структурного подразделения СМИ;

Тестирование, тренинги по отдельным темам дисциплины;  
НИРС;

Консультирование студентов по вопросам учебного материала, написания тезисов, статей, докладов на конференции.

Реализация программы предполагает использование интерактивных форм проведения лабораторных и практических занятий: мозговой штурм, мозговая атака, анализ определенных ситуаций, круглый стол, деловые игры, работа с наглядными пособиями в видео и аудиоматериалами. В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторских занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием следующих активных форм проведения занятий: дискуссия, инсценировка, интервьюирование, посещение тематических выставок.

### Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
	Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	Практ.	дискуссия	2
	Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	Практ.	Разработка политической кампании в команде (разработка концептуальной основы – идеология)	2
	Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	Практ.	Разработка политической кампании в команде (разработка и особенности реализации стратегии и работа штаба, структура информационных волн и последовательность)	2
	Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций	Практ.	Разработка политической кампании в команде (приемы политической борьбы, отстройка, организация встреч)	4

	Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет	Практ.	Разработка политической кампании в команде (коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	2
	Тема 8. Управление политическими коммуникациями	Практ.	Разработка политической кампании в команде (коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	2
	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	Практ.	Разработка политической кампании в команде (подведение итогов)	2
Итого часов				16

## VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:

### Оценочные средства (ОС):

Оценочные средства для входного контроля.

Перечень примерных вопросов:

1. Использование технологий PR в политической рекламе.

Создание информационных поводов.

Организация специальных событий и спецпроектов.

Встречи с населением.

План-график опорных мероприятий компании с участием политического лидера. Общие и специальные требования к организации публичных мероприятий.

Анализ эффективности мероприятия

Реклама в избирательных компаниях, задачи и функции.

Основная идея компании и способы ее отражения в политической рекламе. Агитационные материалы и фирменный стиль компании.

Участие СМИ во взаимоотношениях политических институтов и гражданского общества.

Понятие политической партии и общественно-политического движения. Избирательная компания как вид PR компании.

Структурная стратификация избирательной компании согласно ее целям.

Модели избирательных технологий.

Концепция партийной идентификации как методологический инструмент электоральной политологии.

Партийная и идеологическая идентификация электората.

Теории поведения электората.

Политическая мобилизация – «когнитивная мобилизация».

Роль элиты в процессе формирования общественного мнения.

## **Вариативное задание по выбору преподавателя:**

### **Задание 1 Анкетирование.**

Разработка анкеты по блокам – «паспортичка», история голосования, политические предпочтения, уровень известности лидеров, наличие ЛОМов, локальные идеологии и проблемы. Не более 15 вопросов, среди которых, вопросы меню, открытые (не более 3х), закрытые.

### **Задание № 2. «Проект избирательной компании»:**

#### **Аналитическая часть**

#### **1) паспорт территории**

Включает в себя: количество УИКов, территориальную разбивку и определение состояние и специфику жилищного фонда, количество «дверей» и составление карты, наличие предприятий, их специфика. Локальные проблемы коммунального хозяйства, территории, отдельных районов. Демографический состав населения, специфика гендерная, род занятий, доход. Наличие религиозных и административных, увеселительных учреждений, локальных обществ и ЛОМов.

#### **2) Анализ электората**

Распределение электората по УИКам, определение истории голосований, уровня убежденности, политической ориентации. Выявление целевых аудиторий, численности, специфики ценностной и иных демографических качеств.

#### **3) Разработка анкеты входящего социологического исследования.**

«Паспортичка», знания (о кандидате, обстановке, политике и политических силах, история голосования), настроения, мнения, специальные вопросы (локальные проблемы, лидерские качества, базовые ценности группы).

#### **4) Смета компании**

Максимально разрешенная сумма бюджета для выбранного уровня избирательной кампании и ее распределение по статьям расходов.

#### **Идеология кампании**

#### **5) Миф компании**

Основной тезис, выраженный в слогане, который является основой, идеологическим ядром. Миф тесно связан с фирменным стилем кампании.

#### **6) Кандидат (ресурсный и конкурентный анализ)**

Анализ политических сил, блоков в регионе, оценка финансовых возможностей кандидата, «связей», политического ресурса, анализ «прошлого», истории жизни, истории голосования, скандалы, материалы СМИ, материалы прошлых компаний (если таковые имеются).

#### **Стратегия кампании**

#### **7) Каналы коммуникации**

Оценка охвата каналов коммуникации, соотнесение необходимого позиционирования в рамках канала коммуникации и финансовых возможностей, выработка стратегии или комплекса стратегий для разных каналов в контексте единой идеологии (встречи, наружная реклама, полиграфия, медиа, PR мероприятия, слухи и т.д.)

#### **8) Стратегия компании в СМИ (информационные волны)**

9) Стратегия PR позиционирования (немедийные коммуникации и календарный план-график)

#### **10) Аналитика эффективности (эндшпиль)**

11) Мероприятия «последнего дня» (мероприятия ориентированные на «день тишины» и день голосования - «черные» PR технологии)

12) Деятельность в день голосования (организация работы наблюдателей на участках, контроля за конкурентами, юридическое сопровождение)

### **Задание 3** Деловая (ролевая) игра по дисциплине

1. Концепция игры: используя материалы книги С. Фаера – приемы, стратегии и тактики предвыборной борьбы. Отобрать блок стратагем для ведения «нападения», «отстройки», «защиты» на основе паспорта территории, мифа кампании, биографии кандидата, бюджета.

2. Роли: команда состоит из кандидата и участников штаба

3. Ожидаемый (е) результат (ы): выработка программы предвыборной кампании, календарного плана-графика соответствующего особенностям выбранной стратегии.

### **Вопросы для итоговой аттестации**

1. Место и роль массовой коммуникации в общественном развитии.
2. Понятия “информация” и “коммуникация”.
3. Структура коммуникации.
4. Политическая коммуникация как разновидность коммуникативного процесса.
5. Основные функции и способы осуществления массовых коммуникационных процессов в политике.
6. Субъекты и объекты массовых политико-информационных процессов.
7. Особенности PR как средства реализации процесса политической коммуникации.
8. Электронные средства массовой информации. Эффективность аудитивного и визуального способа распространения политической информации.
9. “Сетевые” СМИ и новые информационные технологии. Специфика распространения политической информации через Интернет.
10. Медиатизация политической жизни общества. Тенденции развития средств массовой информации в XXI веке.
11. Эволюция представлений о роли рекламы и PR в политическом процессе.
12. Основные направления исследования массовой коммуникации.
13. Связи с общественностью как институт гражданского общества.
14. СМИ как инструмент политического манипулирования.
15. Основные направления функционирования связей с общественностью в политике.
16. Информационно-коммуникативная функция политической рекламы.
17. Приемы, формы усвоения и закрепления в сознании граждан политических знаний.
18. Функция политической манипуляции.
19. Нормативные основы деятельности рекламы в политической системе.
20. Законодательство в сфере политической рекламы: этапы становления, направления регулирования деятельности масс-медиа.
21. Закон “О средствах массовой информации РФ”: основные положения, поправки.
22. Аудитория как объект политического воздействия.
23. Понятие аудитории, процесс ее формирования.
24. Политическая манипуляция: понятие, цели, специфика.
25. Манипулятивный потенциал СМИ, особенности политической манипуляции в различных видах масс-медиа.
26. Манипулятивные технологии в политической рекламе.
27. Понятие “имидж” и проблемы его формирования.
28. Формы деятельности и основные приемы актуализации политического имиджа кандидата СМИ в ходе выборов.
29. Предвыборная кампания в прессе, на радио, в компьютерных сетях.
30. Политическая модернизация: понятие, содержание, факторы.

31. Теории “информационного общества” и “информационных революций”.
32. Роль государства и общества в развитии новой медиасистемы.
33. Средства массовой информации и российские региональные политические процессы.

Оценочные средства текущего контроля.

<b>№ п\п</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Компетенции, компоненты которых контролируются</b>
	Практическая работа	Тема 3. Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	УК – 1, ПК -3, УК -3,
		Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	
		Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	
		Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций	
		Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет	УК – 3, ПК -3,
		Тема 8. Управление политическими коммуникациями	УК – 3, ПК -3
		Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	УК – 3, ПК -3,

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет).

<b>№ п\п</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Компетенции, компоненты которых контролируются</b>
	Практическая работа	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	УК -1, ПК- 3, УК - 3

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки РФ №529 от 08 июня 2017 г. Направленность (профиль) подготовки «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства». Электронная версия программы представлена на сайте ИГУ.

**Разработчики:**

  
(подпись)

доцент  
(занимаемая должность)

Сосновский Илья Захидович  
(Ф.И.О.)

Программа рассмотрена на заседании отделения ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства» «9» февраля 2024 г. Протокол №6.

Руководитель ВШЖМ

А. В. Гимельштейн 

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*