



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИФИЯМ ИГУ М. Б. Тацлыкова  
«03» марта 2026 г.



**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.ДВ.03.02 ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ**

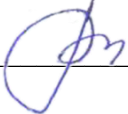
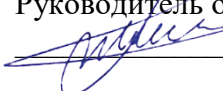
Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

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

Квалификация выпускника - **магистр**

Форма обучения **заочная**

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

<p>Согласовано с УМК института</p> <hr/> <p>Протокол №7 от «03» марта 2026 г.</p> <p>Председатель  О. Л. Михалева</p>	<p>Рекомендовано отделением ВШЖМ ИФИЯМ ИГУ</p> <p>Протокол №6 от «19» февраля 2026 г.</p> <p>Руководитель отделения  А. В. Гимельштейн</p>
--	--

Иркутск 2026 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.03.02 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.

Общая трудоёмкость дисциплины - **3 зачётные 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. Журналистика, 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
<b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<b>ИДК УК 1.1</b> Анализирует проблемную ситуацию как выявляя ее составляющие и связи между ними	<b>Знает:</b> <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> <b>Умеет:</b> <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> <b>Владеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации</li></ul>
<b>УК-3.</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<b>ИДК УК 3.3</b> Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды	<b>Знает:</b> <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></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- основные теории мотивации, лидерства, стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях.</li> </ul> <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 зачетные 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. Методология и сущность политических коммуникаций		2			20	Опрос, дискуссия
2	Тема 2. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях			2		30	Практическая работа
3	Тема 3. Политические коммуникации в пространстве Интернет			2		30	Практическая работа
4	Тема 4. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России		2			16	Практическая работа
<b>Итого часов</b>			<b>4</b>	<b>4</b>		<b>96</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.)		
	Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли		1-2 нед.	5	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.)		
	Информационно-коммуникативные процессы в политической сфере		1-2 нед.	5	Опрос, дискуссия	<p>1. Политическая журналистика : учебник для вузов / С. Г. Корконосеко [и др.] ; под редакцией С. Г. Корконосеко. — 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.)		
	Методология и сущность политических коммуникаций		1-2 нед.	5	Опрос, дискуссия	-//-
	Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	Разработка политической кампании в команде (исследование аудитории и окружения)	1-2 нед.	5	Опрос, дискуссия	-//-
	Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	Разработка политической кампании в команде (разработка концептуальной основы – идеология)	1-2 нед.	10	Практическая работа	-//-
	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	-//-
	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.)		
	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	-//-
	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	-//-
	Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	Разработка политической кампании в команде (подведение итогов)	1-2 нед	10	Практическая работа	-//-
	Политические коммуникации в электоральных процессах в России и в мире		1-2 нед	16	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>96</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 медиа-конвергенции 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	0,5	Опрос, дискуссия	УК-1,3
2.	2	Тема 4. Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	0,5	Практическая работа	УК-1,3
3.	3	Тема 5. Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	0,5	Практическая работа	ПК-3
4.	4	Тема 6. Методология и технологии реализации политических коммуникаций	0,5	Практическая работа	ПК-3,
5.	5	Тема 7. Политические коммуникации в пространстве Интернет	0,5	Практическая работа	ПК-3
6.	6	Тема 8. Управление политическими коммуникациями	0,5	Практическая работа	ПК-3
7.	7	Тема 9. Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	1	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 р. 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>

## **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. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц. №1B08161103014721370444.
- **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 аудиторных 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
	Концепции политических коммуникаций в контексте развития философской и политической мысли	Практ.	дискуссия	2
	Актуальные взгляды на политические коммуникации в информационном обществе	Практ.	Разработка политической кампании в команде (разработка концептуальной основы – идеология)	2
	Стратегическое планирование и прогнозирование в политических коммуникациях	Практ.	Разработка политической кампании в команде (разработка и особенности реализации стратегии и работа шпаба, структура информационных волн и последовательность)	2
	Методология и технологии реализации политических коммуникаций	Практ.	Разработка политической кампании в команде (приемы политической борьбы, отстройка, организация встреч)	4
	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
	Управление политическими коммуникациями	Практ.	Разработка политической кампании в команде (коммуникативные технологии в масс-медиа и политические тексты в период кампании, освещение в СМИ)	2
	Политические коммуникации как функция политического управления в современной России	Практ.	Разработка политической кампании в команде (подведение итогов)	2
<b>Итого часов</b>				<b>16</b>

## **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 УИКа, 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 стратегий 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 аудиовизуального 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.

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
	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).

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
	Практическая работа	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» «19» февраля 2026 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.*