

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «23» мая 2018 г. №10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.1 Политические коммуникации

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Диджитал реклама и связи с общественностью"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций.
Богуславский Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.7.1 «Политические коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Овладение способами и приёмами реализации проектов и владение методами их реализации.	1 этап (код этапа ПК -5.1)	Способность планирования процесса создания и реализации проектов.
ПК - 6	Овладение способами и приёмами, необходимые для умений создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	2 этап (код этапа ПК -6.2) –	Способность обеспечения внутренней и внешней коммуникации в организации.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение порядка реализации коммуникационной стратегии	1 этап (код этапа ПК - 5.1)	на уровне знаний: - теоретические особенности проектирования деятельности в области рекламы и связей с общественностью; - принципы, средства и методы информационного сопровождения проектов; - специфику поэтапного проведения рекламной или PR-кампании; - критерии применения и оценки креатива в проектной деятельности
		на уровне умений: - разрабатывать социальные проекты и программы; - выбирать необходимые методы сопровождения социальных проектов, модифицировать существующие и разрабатывать новые методы, исходя из задач конкретного исследования; - определять цели, задачи, необходимые

		<p>ресурсы, технологии деятельности при реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>осуществлять подбор участников деловой команды в соответствии с функциональными ролями и психологическими особенностями;</p> <p>-привлекать средства и ресурсы для реализации проекта.</p> <p>- определять размер бюджета и оценивать эффективность.</p>
		<p>на уровне навыков: - навыками планирования;</p> <p>- навыками организации делового взаимодействия в группе;</p> <p>- навыками эффективного управления проектами;</p> <p>- процедурой информационного сопровождения социальных проектов.</p> <p>- методами контроля за изготовлением и размещением продукции;</p> <p>- креативными технологиями реализации проектов.</p>
производство и распространение рекламной продукции	2 этап (код этапа ПК -6.2) –	<p>на уровне знаний:</p> <p>- основные понятия, теоретические концепции эффективной коммуникации;</p> <p>- структуру и функции системы внешних и внутренних коммуникаций;</p> <p>- особенности управления коммуникациями с государственными, коммерческими, общественными организациями и СМИ;</p> <p>- понятие, функции, способы функционирования и типы корпоративной культуры;</p> <p>- технологии формирования корпоративной культуры;</p> <p>- принципы создания, цели и задачи корпоративных СМИ.</p>
		<p>- аргументировать свою позицию в ходе деловых переговоров, устанавливать деловые отношения, проводить деловые переговоры, осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;</p> <p>- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; формировать и поддерживать корпоративную культуру;</p> <p>- управлять коммуникационными процессами во внешней и внутренней среде организации различных типов и сфер деятельности;</p> <p>- исследовать сложившуюся корпоративную культуру и разрабатывать способы ее преобразования.</p>
		на уровне навыков:

		<ul style="list-style-type: none"> - использования инструментария при выборе технологии социального воздействия с учетом конкретных условий ее осуществления; - использования методов исследования системы внешних и внутренних коммуникаций; способами диагностики типа корпоративной культуры; методами формирования и поддержания корпоративной культуры; - организации эффективной внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.
--	--	---

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.7.1 «Политические коммуникации» в рамках образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в государственном управлении» входит в вариативную часть учебного плана, относится к курсам по выбору, преподается на 4 курсе в 7 семестре, ее общая трудоемкость составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый теоретический объем знаний, полученный ранее студентами при освоении знаний социального и экономического цикла (обществознание, психология, социология, экономика, философия и др.), а также на приобретенные в школе навыки использования и анализа специализированной литературы.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин 1-5 семестров, включая «История общественных коммуникаций», «Теория и практика массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций» и др.

Изучение дисциплины включает в себя 14 часов практических занятий и 58 часов самостоятельной работы обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Информационное общество. Коммуникация как	12			2		10	О, Д

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
	предмет исследования							
Тема 2	Политические коммуникации как специальная отрасль политологии	14			4		8	О, Д
Тема 3	Политическая инфосфера	14			3		15	О, Д
Тема 4	Массовая информационно- коммуникационная система	10			2		6	О, Д
Тема 5	Средства массовой информации (СМИ) в системе массовой коммуникации	10			2		10	О, Д, Э
Тема 6	Политическая пропаганда	12			1		9	О, Д
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		72			14		58	

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационное общество. Коммуникация как предмет исследования

Историческая эволюция информационной сферы. Социальные, политические и управленческие последствия информационных революций. Развитие инфосферы в условиях становления информационного общества. Информационное общество: понятие и признаки. Международный опыт перехода к информационному обществу. Роль рынка в развитии коммуникаций. Понятие «информационного рынка». Россия и информационное общество: проблемы и перспективы. Обыденное и научное понимание коммуникации. Проблема смысла. Проблема понимания. Текст как коммуникативная единица информационных обменов. Коммуникационные действия и их формы. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности. Система социально-коммуникационных наук. Коммуникационные каналы и их разновидности. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Устная коммуникация. Схема устной коммуникации. Функции естественного языка и речи. Коммуникационные барьеры. Документная коммуникация. Электронная коммуникация.

Тема 2. Политические коммуникации как специальная отрасль политологии

Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты формы политической коммуникации. Информационно-коммуникативные процессы в политическом пространстве. Основные теоретические подходы к анализу информационно-коммуникативных процессов (К.Ясперс, Ю.Хабермас, Н.Луман, А.Шютц, Э.Гоффман, Ф. Де Сесюр). Природа и виды информационно-коммуникативных политических процессов. Информация как политический ресурс. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Уровни политической коммуникации: вертикальная и горизонтальная. Виды политической коммуникации: непосредственная и опосредованная, аудиальная, визуальная и аудиовизуальная, вербальная и невербальная. Личность как субъект политической коммуникации. Формы участия личности в политической деятельности. Политический лидер как субъект политической коммуникации. Государство, общественные организации и политические партии как субъекты политической коммуникации. Государственные институты как субъекты коммуникации. Методы изучения политической коммуникации.

Тема 3. Политическая инфосфера

Сущность и структура политической инфосферы. Политическая инфосфера и политический дискурс. Рационализация и символизация политической и управленческой информации. Вербальные и невербальные структуры в политическом информировании. Особенности информационно-коммуникативных процессов и технологий в условиях политических кризисов. Семантический, технический и инфлуентальный уровни информационно-коммуникативных процессов (Д.Томпсон). Специфика технических и социальных каналов и шумов. Социально и техницистски ориентированные трактовки современных преобразований информационно-коммуникативных процессов. Роль техники в современной политической коммуникации. Эволюция технических и кадровых структур политической коммуникации. Типология современных технических и технологических средств обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере. Информационные параметры сферы политики в условиях постмодерна. Виртуализация пространства политики и политическая гиперреальность (Ж.Бодрийар, М.Фуко, А.Бурдье). Социальное проектирование и политическая инженерия в современном информационном пространстве. Сущность и типология информационно-коммуникативных политических систем (ИКС). Ролевая и функциональная специфика коммуникатора, коммуниканта и реципиента в ИКС. Основные разновидности информационно-коммуникативных взаимодействий в ИКС. Текст как коммуникативная единица информационных обменов. Информационно-коммуникативные системы в сфере государственного управления. Информационные элиты (дейтократия) и контрэлиты в государственном управлении. Международная и государственные информационно-коммуникативные политические системы. Основные тенденции развития информационно-коммуникативных систем в современном мире.

Тема 4. Массовая информационно-коммуникационная система

Понятие и отличительные свойства массовой информационно-коммуникативной системы (МИКС). Особый тип распространения информации в МИКС. Основные подходы к характеристике массовой информационно-коммуникационной политической системы и ее оценке. Структурно-функционалистские подходы к анализу массовой коммуникации (Г.Лассуэл, Ж.Блэк, Ч.Райт, Д.Маккуэй), конструктивистские (Р.Эрикссон) и культурологические подходы (Д.Кэйри). Циклы и стадии массовой коммуникации (Г.Лассуэл, Р.Якобсон, Ж.Фаже). Структура и функции массовой информационно-

коммуникационной системы. Субъекты политической коммуникации их отличительные черты и возможности. Прямое и резонансное информирование. Отсроченная обратная связь в МИКС. Агрессивная коммуникативная среда. Критерии эффективности МИКС. Специфика государства как агента МИКС. Разновидности корпоративных агентов МИКС. Общественное мнение в системе массовой коммуникации. Сущность и отличительные черты общественного мнения. Структура и функции общественного мнения в МИКС. Уровни организации оценки общественностью политических событий. Формирование общественного мнения.

Тема 5. Средства массовой информации (СМИ) в системе массовой коммуникации

Сущность и отличительные черты СМИ (У.Липпман. П.Лазарсфельд. Кэмпбелл. Дж.Кланер, Б.Козн). Теория речевых актов (Л.Витгенштейн). Пределы влияния СМИ на массовую аудиторию. Теория «общественного доступа». Место и роль СМИ в политических системах современных обществ. Роль СМИ в политической коммуникации. Демократия и медиакратия. Функции СМИ (информирования, презентации интересов, наркотизации и т.д.). Пара-социальные функции СМИ. Стиль деятельности (вещания) современных СМИ. Основные модели взаимодействия СМИ с государством. Проблемы экономической и политической свободы СМИ в переходных обществах. Политическая цензура и гражданский контроль за деятельностью СМИ. Монополизация и демополизация рынка СМИ. Виды эффективности СМИ (социально-политические, корпоративные, внутриорганизационные). Роль политической журналистики в информационном пространстве. Структура СМИ. Отличительные особенности деятельности телеканалов общих интересов, общественного рыночного сектора, сектора частных предприятий, гражданского сектора, профессионального сектора (Дж.Куррап). Символизация и десимволизация информации СМИ в массовом сознании. Уровни восприятия массовой информации (А.Хараш). Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации СМИ. Проблема эффективности СМИ. Особенность неиндивидуальных особенностей восприятия. Роль параметров текста. Влияние ситуативных факторов. Политическая деятельность медиа-холдингов в России. Специфика деятельности основных СМИ. Телевидение на политическом рынке: формы вещания, критерии эффективности, основные информационные технологии. Новостные стратегии. Особенности радиовещания в современных обществах. «Большая» и региональная пресса. Интернет в политике. Проблемы законодательного регулирования СМИ.

Тема 6. Политическая пропаганда Немаркетинговые и маркетинговые способы организации политического дискурса. Информационные цели и стратегии политических акторов. Сущность, структура и функции политической пропаганды. Теория пропаганды Х.Э.Креса, Н.Лайтесса. История эволюции политической пропаганды. Типология пропаганды. Отличительные черты пропаганды и контрпропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий. Особенности применения манипулятивных технологий обработки общественного мнения в структуре пропаганды. Приемы распространения и борьбы с дезинформацией. Информационное обеспечение политических провокаций. Современные особенности пропагандистских практик на информационном рынке. Технологии современной пропаганды. Приемы и методы пропагандистского воздействия: универсальное и специфическое. Специфика пропагандистских технологий. Создание сообщений в политической пропаганде. Место и роль агитации в политическом пространстве. Сущность и отличительные черты агитационного взаимодействия в информационном поле. Агитационные технологии. Технологии оперирования эмоциональными символами в структуре агитации. Техники и методики нейролингвистического программирования. Институциональные особенности позиционирования агитации и пропаганды в политической сфере.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Политические коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1 Информационное общество. Коммуникация как предмет исследования	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 2 Политические коммуникации как специальная отрасль политологии	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 3 Политическая инфосфера	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 4 Массовая информационно-коммуникационная система	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 5 Средства массовой информации (СМИ) в системе массовой коммуникации	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study, эссе
Тема 6 Политическая пропаганда	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Вопросы для опроса (примеры):

Тема 1. Информационное общество. Коммуникация как предмет исследования

- 1) Назовите социальные, политические и управленческие последствия информационных революций.
- 2) Что такое «информационное общество»? Каковы его признаки?
- 3) Какова роль рынка в развитии коммуникаций?
- 4) Каковы виды, уровни и формы коммуникационной деятельности?
- 5) Какие виды коммуникационных каналов вам известны?
- 6) Какова схема устной коммуникации?
- 7) Выделите особенности электронной коммуникации.

Примерные темы эссе

- 1) Теория речевых актов Л.Витгенштейна.
- 2) Уровни восприятия массовой информации по А.Хараш.
- 3) Интернет в политике.
- 4) Отличительные черты пропаганды и контрпропаганды.
- 5) «Электронная демократия»: концепция и политическая практика.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Овладение способами и приёмами реализации проектов и владение методами их реализации.	1 этап (код этапа ПК -5.1)	Способность планирования процесса создания и реализации проектов.
ПК - 6	Овладение способами и приёмами, необходимые для умений создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.	2 этап (код этапа ПК -6.2) –	Способность обеспечения внутренней и внешней коммуникации в организации.

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап (код этапа ПК -5.1)	Определяет цель, задачи разработки коммуникационных проектов Разрабатывает план создания и разработки проекта	Использует методы постановки и формулирования целей. Владеет методами и технологий проектного планирования
2 этап (код этапа ПК -6.2)	Создают коммуникации внутри организации и за ее пределами Способствует созданию позитивной внутренней и внешней коммуникации	Использует и применяет эффективные приемы коммуникации Использует современные технологии по созданию благоприятного коммуникационного климата

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в форме ответов на вопросы по пройденному материалу.

4.2.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Вопросы к зачету по дисциплине «Политические коммуникации»

- 1) Историческая эволюция информационной сферы.
- 2) Информационное общество: понятие и признаки.
- 3) Понятие «информационного рынка».
- 4) Россия и информационное общество: проблемы и перспективы.
- 5) Текст как коммуникативная единица информационных обменов.
- 6) Коммуникационные действия и их формы.
- 7) Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности.
- 8) Система социально-коммуникационных наук.
- 9) Коммуникационные каналы и их разновидности.
- 10) Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория.
- 11) Устная коммуникация.
- 12) Документная коммуникация.
- 13) Электронная коммуникация.
- 14) Предмет политической коммуникации.
- 15) Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты формы политической коммуникации.
- 16) Основные теоретические подходы к анализу информационно-коммуникативных процессов
- 17) Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
- 18) Уровни политической коммуникации: вертикальная и горизонтальная.
- 19) Виды политической коммуникации.
- 20) Личность как субъект политической коммуникации. Формы участия личности в политической деятельности.
- 21) Политический лидер как субъект политической коммуникации.
- 22) Государство, общественные организации и политические партии как субъекты политической коммуникации.
- 23) Государственные институты как субъекты коммуникации.
- 24) Сущность и структура политической инфосферы.
- 25) Вербальные и невербальные структуры в политическом информировании. Особенности информационно-коммуникативных процессов и технологий в условиях политических кризисов.
- 26) Роль техники в современной политической коммуникации.
- 27) Типология современных технических и технологических средств обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере.
- 28) Информационные параметры сферы политики в условиях постмодерна.
- 29) Виртуализация пространства политики и политическая гиперреальность.
- 30) Социальное проектирование и политическая инженерия в современном информационном пространстве.
- 31) Сущность и типология информационно-коммуникативных политических систем.
- 32) Основные разновидности информационно-коммуникативных взаимодействий в информационно-коммуникативных политических системах.
- 33) Текст как коммуникативная единица информационных обменов.
- 34) Информационно-коммуникативные системы в сфере государственного управления.
- 35) Информационные элиты и контрэлиты в государственном управлении.
- 36) Международная и государственные информационно-коммуникативные политические системы.
- 37) Основные тенденции развития информационно-коммуникативных систем в современном мире.
- 38) Понятие и отличительные свойства массовой информационно-коммуникативной системы (МИКС).
- 39) Основные подходы к характеристике массовой информационно-коммуникационной

- политической системы и ее оценке.
- 40) Структура и функции массовой информационно-коммуникационной системы. Субъекты политической коммуникации их отличительные черты и возможности.
 - 41) Критерии эффективности МИКС.
 - 42) Специфика государства как агента МИКС.
 - 43) Разновидности корпоративных агентов МИКС.
 - 44) Общественное мнение в системе массовой коммуникации.
 - 45) Сущность и отличительные черты общественного мнения.
 - 46) Теория «общественного доступа».
 - 47) Место и роль СМИ в политических системах современных обществ.
 - 48) Роль СМИ в политической коммуникации.
 - 49) Демократия и медиакратия.
 - 50) Функции СМИ (информирования, презентации интересов, наркотизации и т.д.). Парасоциальные функции СМИ.
 - 51) Основные модели взаимодействия СМИ с государством.
 - 52) Проблемы экономической и политической свободы СМИ в переходных обществах. Политическая цензура и гражданский контроль за деятельностью СМИ.
 - 53) Монополизация и демополизация рынка СМИ.
 - 54) Виды эффективности СМИ (социально-политические, корпоративные, внутриорганизационные).
 - 55) Отличительные особенности деятельности телеканалов общих интересов, общественного рыночного сектора, сектора частных предприятий, гражданского сектора, профессионального сектора (Дж.Куррап).
 - 56) Символизация и десимволизация информации СМИ в массовом сознании.
 - 57) Уровни восприятия массовой информации (А.Хараш).
 - 58) Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации СМИ.
 - 59) Проблема эффективности СМИ.
 - 60) Политическая деятельность медиа-холдингов в России.
 - 61) Телевидение на политическом рынке: формы вещания, критерии эффективности, основные информационные технологии.
 - 62) Новостные стратегии.
 - 63) Особенности радиовещания в современных обществах.
 - 64) «Большая» и региональная пресса.
 - 65) Интернет в политике.
 - 66) Проблемы законодательного регулирования СМИ.
 - 67) Немаркетинговые и маркетинговые способы организации политического дискурса. Информационные цели и стратегии политических акторов.
 - 68) Сущность, структура и функции политической пропаганды.
 - 69) Теория пропаганды Х.Э.Креса, Н.Лайтесса.
 - 70) История эволюции политической пропаганды.
 - 71) Типология пропаганды.
 - 72) Отличительные черты пропаганды и контрпропаганды.
 - 73) Особенности применения манипулятивных технологий обработки общественного мнения в структуре пропаганды.
 - 74) Приемы распространения и борьбы с дезинформацией.
 - 75) Информационное обеспечение политических провокаций.
 - 76) Современные особенности пропагандистских практик на информационном рынке. Технологии современной пропаганды.
 - 77) Приемы и методы пропагандистского воздействия: универсальное и специфическое.
 - 78) Место и роль агитации в политическом пространстве.
 - 79) Сущность и отличительные черты агитационного взаимодействия в информационном поле.

- 80) Технологии оперирования эмоциональными символами в структуре агитации. Техники и методики нейролингвистического программирования.
- 81) Институциональные особенности позиционирования агитации и пропаганды в политической сфере.

Шкала оценивания.

Оценивание студента в процессе промежуточной аттестации по дисциплине «Политические коммуникации»

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Оценивание студента в процессе формирования и освоения компетенций в рамках изучения дисциплины «Политические коммуникации»:

Низкий уровень («неудовлетворительно/не зачтено») - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет их неуверенно, с ошибками.

Пороговый (базовый) уровень («удовлетворительно/зачтено») - компетенция освоена удовлетворительно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.

Продвинутый уровень («хорошо/зачтено») - компетенция освоена достаточно хорошо. Студент знает теоретический материал по дисциплине, умеет применить эти знания на практике. Чётко и ясно формулирует свои мысли. Знает специальную и публицистическую литературу по профессиональным вопросам.

Высокий уровень («отлично/зачтено») - компетенция освоена в полной мере или на продвинутом уровне. Студент знает теоретический материал, умеет применить эти знания на практике и имеет опыт в профессионально-практической деятельности. Приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности; демонстрирует способности к нестандартной интерпретации поставленного вопроса.

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekusheh_kontrol_31_07_2015.pdf)

В начале семестра до студентов доводится информация о структуре набора баллов за семестр:

Максимальный балл за посещение занятий и активную работу в семестре – 40 баллов.

Максимальный балл за ответ во время сдачи зачета – 60 баллов.

Вес оценки на зачете превосходит максимальный балл за текущую работу в семестре.

Студент четко представляет структуру оценивания и потенциальные возможности по набору баллов.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Политические коммуникации» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Семинарские занятия дисциплины «Политические коммуникации» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п.1 и п. 4.

Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы; последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

При организации обучения по дисциплине «Политические коммуникации» преподаватель должен обратить особое внимание на организацию семинарских занятий и

самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения семинарских занятий необходимо активно использовать методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу. Задача преподавателя состоит в максимальном отказе от роли лектора, его функции состоят главным образом в модерации образовательного процесса. Материалы для занятий необходимо обновлять ежегодно, учитывая изменяющиеся условия.

Самостоятельная работа студентов

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе в виде самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания.

Занятия по дисциплине «Политические коммуникации» представлены практическими занятиями и самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с включенными в программу разделами теории коммуникаций, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях, решением кейсов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к контрольной работе и впоследствии к зачету.

Текущая аттестация студентов.

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Политические коммуникации» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Политические коммуникации» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, уровень сформированности компетенций;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Промежуточная аттестация студентов.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Политические коммуникации» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВПО. Студенты допускаются к зачету по дисциплине в случае

выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия. Зачет принимает преподаватель, ведущий занятия. Итоговая оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом непосредственно во время сдачи зачета;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками «зачтено» и «не зачтено». Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала и уровень сформированности компетенций, предусмотренного данной рабочей программой.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1.Основная литература.

Таблица 2.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Пономарев Н.Ф.	Политические коммуникации и манипуляции	Аспект Пресс	2007		http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/8918.html
2	Гринберг Т.Э.	Политические технологии. PR и реклама	Аспект Пресс	2012		http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/9021.html .—
3	Голуб О.Ю.	Теория коммуникации [Электронный ресурс]: учебник	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2016		http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/57124.html

6.2.Дополнительная литература.

Таблица 3.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Кривошеев В.В.	Политические технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие	Калининград: Балтийский федераль	2005		http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/23826.html

			ный университет им. Иммануила Канта			
2	Поцелуев С.П.	Политические парадигмы [Электронный ресурс]: монография	Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет	2008		http://www.iprbokshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/47074.html
3	Крупенков В.В.	Государственные и бизнес-коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие	Евразийский открытый институт	2011		http://www.iprbokshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/10650.html
4	Кузнецов П.А.	Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»	ЮНИТИ-ДАНА	2015		http://www.iprbokshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/52633.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).
http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
3. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
4. Федеральный закон от 11.07.2001 № 95-ФЗ «О политических партиях»
5. Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»
6. Федеральный закон от 10.01.2003 № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации»
7. Федеральный закон от 18.05.2005 № 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
8. Федеральный закон от 12.05.2009 № 95-ФЗ «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами»
9. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности

- органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»
10. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.nnir.ru (Российская национальная библиотека)
2. www.nns.ru (Национальная электронная библиотека)
3. www.rsl.ru (Российская государственная библиотека)
4. <http://iprbookshop.ru/> (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
5. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Электронная библиотека)
6. <https://www.biblio-online.ru/> (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
7. <https://e.lanbook.com/> (Электронная библиотека издательства «Лань»)
8. www.google.ru (Поисковая система)
9. www.yandex.ru (Поисковая система)

6.6. Иные источники.

1. The Oxford Handbook of Political Behavior / ed. by R.J. Dalton and H.-D. Klingemann – Oxford, 2009. – 992 p. – URL: <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199270125.001.0001/oxfordhb-9780199270125>
2. Пашкевич И. Электронное правительство как показатель «зрелости» государственной власти – <http://www-government.ru/pub/e-government/985424172/html>
3. Песков Д. Интернет как политический институт в России – <http://www.isn.ru/public/project.doc>
4. Шадрин И. Информационное общество и политические процессы // <http://www.ins.ru/index121.shtml>
5. Бронников И.А. Политическая коммуникация и современность // NB: Вопросы права и политики. — 2013. - № 4. - С.66-88. DOI: 10.7256/2305-9699.2013.4.702. URL: http://e-notabene.ru/lr/article_702.html

6. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий: аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций, видео-лекций.

Требования к программному обеспечению общего пользования: специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «Политические коммуникации» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для демонстрации презентаций PowerPoint, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.