

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Коммуникации в политических процессах и институтах
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	5

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2023г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 14.05.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения разработчиков:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Магомедов А.К.	СОРИК	д.полит.н
Кузьмина Е.В.		к.с.н.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей кафедрой

 / А.К. Магомедов /
Подпись ФИО
«10» 05 2023 г.

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: дать базовое представление о видах, формах, инструментах политических коммуникаций и их комплексной реализации в современной мировой и российской практике.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить сущность, особенности и структуру политических коммуникаций, дефиниции данного понятия, формы, каналы, средства и уровни политической коммуникации, обозначить основных субъектов (акторов, агентов);
- составить представление об основных теориях политических коммуникациях, подходах к их изучению и исследовательских традициях;
- дать обзор маркетинговых и немаркетинговых инструментов в применении к политическим коммуникациям; обозначить роль и суть пропаганды, ее функции и типы, а также составить представление об агитации и применяемых в рамках политических коммуникаций агитационных технологиях;
- изучить особенности маркетингового подхода и брендинга к разработке политических коммуникаций, понятие «политический имидж», этапы и инструменты его формирования, в т.ч имидж политического лидера, рассмотреть отличительные черты ПР в политике и составить обзорно представление о ПР- технологиях;
- ознакомиться с понятием политической рекламы, ее происхождением, видами и особенностями, изучить специфику и формы предвыборной политической рекламы, а также особенности использования политической рекламы государственными структурами;
- освоить понятие «информационной кампании», основные этапы ее планирования и проведения, ознакомить с критериями эффективности информационных кампаний в сфере политики; составить представление о тенденциях развития политических коммуникаций и показать роль и значение новых медиа, включая обзор их характеристик как форм коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Коммуникации в политических процессах и институтах» относится к дисциплинам по выбору. Изучается в 9 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие понимать суть информационно-коммуникационных процессов, а также социологические, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование ПР-кампаний», «Продвижение СМИ», «Цифровой маркетинг» Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях управление общественным мнением, «Организация рекламных и ПР-мероприятий», производственная, профессионально-творческая практика.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей/параллельной: В дальнейшем курс станет основой изучения различных процессов в рамках дисциплин: PR в сфере культуры Интернациональная и национальная реклама преддипломная практика, ГИА.

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами и достижениями компетенций
ПК2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	<p>Знать: сущность, назначение, особенности, каналы и уровни политических коммуникаций; правила, структуру и условия реализации политико-коммуникативных кампаний; теории политических коммуникаций, модели, технологии, приемы, техники их осуществления; современные тенденции в сфере политических коммуникаций и роль Интернета в них. источники и методы получения информации по состоянию социально-политических проблем и общественного мнения</p> <p>Уметь: Анализировать информацию для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере, оценивать риски, неблагоприятные последствия для организаций политических кампаний</p> <p>Владеть: базовыми навыками отбора и сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний; осуществления эффективной политической коммуникации; написания PR-текстов и разработки рекламных сообщений, применяемых в этой сфере. Методами анализа ситуации, проблем развития политических институтов с различными целевыми аудиториями</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения Очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8		
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	14	14		
Аудиторные занятия:				
Лекции	6	6		
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	58	58		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы	Задания, проект	Задания, проект		
Курсовая работа				

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

** В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Название раздела и темы	Всего	Виды учебных занятий					Формат контроля и оценки работ
		Аудиторные занятия			Занятия внеаудиторной формы	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Сущность, особенности, модели и теории политических коммуникаций							
Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.	12	1	1			10	Опрос
Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций; исследовательские традиции	12	1	1		1	10	Опрос, подготовка доклада,
Раздел 2. Средства, приемы, инструменты воздействия в политических коммуникациях (политическая реклама, агитация, пропаганда и др.). Информационные кампании в политической сфере							
Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда.	12	1	1		1	10	Опрос, Подготовка доклада

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа по дисциплине							
Тема 4. Инструменты маркетинга, ПР и брендинга в политических коммуникациях	12	1	2		1	8	Опрос выполнен и практичес ких заданий
Тема 5. Политическая реклама: определения, сущность, виды	12	1	1		1	10	Опрос выполнен и практичес ких заданий
Тема 6. Информационны е кампании в политической сфере	13	1	2		2	10	Опрос выполнен и практичес ких заданий
Итого	72	6	8		4	58	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Сущность, особенности, модели и теории политических коммуникаций

Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.

Основные фазы развития системы политических коммуникаций. Сущность коммуникации как политического процесса. Дефиниции политической коммуникации. Структура, каналы и средства, уровни политической коммуникации. Специфика и особенности массовых политических коммуникаций.

Обзор основных субъектов политических коммуникаций: их характеристики и признаки. Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки. Признаки политических партий как ведущего политического института.

Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций, исследовательские традиции

Теории политической коммуникации. Модели коммуникации. Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

Раздел 2. Средства, приемы, инструменты воздействия в политических коммуникация (политическая реклама, агитация, пропаганда и др.).

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Информационные кампании в политической сфере

Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда.

Обзор маркетинговых и немаркетинговых коммуникации. Сущность политической пропаганды. Отличительные черты политической пропаганды. Функции политической пропаганды. Типы пропаганды. Методы и приемы пропаганды. Специфика пропагандистских технологий. Манипулятивные технологии в пропаганде. Суть агитации. Агитационные технологии. Общественное мнение: понятие и пути, инструменты формирования.

Тема 4. Инструменты маркетинга, PR и брендинга в политических коммуникациях

Сущность и особенности политического рынка. Информационное содержание Политический имидж и имиджмейкинг. Процесс создания имиджа. Политический брендинг. Имидж политического лидера: инструменты и этапы формирования. Роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара. Разновидности пиар-технологий. Виды PR-тестов в политических коммуникациях. PR-деятельность в государственном управлении.

Тема 5. Политическая реклама: определения, сущность, виды

Исторические фазы зарождения и развития политической рекламы. Дефиниции политической рекламы. Сущность и особенности политической рекламы. Типы и формы политической рекламы. Специфика и виды предвыборной политической рекламы. Особенности использования политической рекламы государственными структурами. Ключевые элементы процесса производства рекламной продукции. Производство рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы. Национальные особенности применения политической рекламы. Тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Тема 6. Информационные кампании в политической сфере

Понятие информационной кампании. Моделирование и разработка информационной кампании. Основные этапы планирования и проведения информационной кампании. Критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики. Место и роль Интернета в политике. Понятие, особенности, приемы и типы информационных войн. Новые медиа и политические коммуникации. Политические коммуникации в Интернете: обзор видов и форм (блоги, социальные сети и пр., виды и специфика коммуникации).

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

7. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Преподавание дисциплины включает в себя следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков применения различных средств и инструментов коммуникаций, применяемых в сфере политики,
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- проведение дискуссий в семинарских группах по определенным темам и разделам курса.

Раздел 1. Сущность, особенности, модели и теории политических коммуникаций

Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций (форма проведения – семинар).

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Вопросы:

- зарождении и развитии политических коммуникаций от древности до современности. Обозначьте основные фазы развития системы политических коммуникаций, с чем они связаны?

- понятие «политической коммуникации» и ее сущность коммуникации как политического процесса. Приведите различные дефиниции.

- структура и уровни политической коммуникации, основные каналы и средства. Раскройте классификацию Дж. Томсона, который выделяет семантический, технический и инфлуентальный (англ, influence — влияние) уровни информационно-коммуникативных связей.

- основные субъекты политических коммуникаций и перечислите их характеристики и признаки, а также раскройте сущность и особенности массовых политических коммуникаций. Проявите в них роль, специально подготовленных для взаимодействия с общественным мнением агентов (официальные институты государства (представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью); государственные (национальные) средства массовой информации (СМИ); независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры (органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.).

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Расскажите о зарождении и развитии политических коммуникаций от древности до современности. Обозначьте основные фазы развития системы политических коммуникаций, с чем они связаны?

Раскройте понятие «политической коммуникации» и ее сущность коммуникации как политического процесса. Приведите различные Дефиниции.

- Опишите структуру и уровни политической коммуникации, основные каналы и средства. Раскройте классификацию канадского ученого Дж. Томсона, который выделяет семантический, технический и инфлуентальный (англ, influence — влияние) уровни информационно- коммуникативных связей.

-Перечислите и кратко охарактеризуйте основных субъектов политических коммуникаций и их характеристики и признаки. Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки. Опишите признаки политических партий как ведущего политического института.

- Раскройте сущность и особенности массовых политических коммуникаций. Проявите в них роль специально подготовленных для взаимодействия с общественным мнением агентов (официальные институты государства (представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью); государственные (национальные) средства массовой информации (СМИ); независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры (органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.).

Домашнее задание (домашнее чтение):

- изучить материалы лекции Н. Баранова «Политические коммуникации» 1. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политической сфере 1.1. Сущность коммуникации как политического процесса; 1.3 Структура политической коммуникации, расположенной по электронному адресу: <https://nicbar.ru/politology/study/kurs-teoriya-politiki/lektsii-po-kursu-teoriya-politiki-2002-2007-gg/95-lektsiya-26-politicheskie-kommunikatsii>;

- ознакомится в рамках самоподготовки к теме со следующими раздела учебника - Политические коммуникации: учебно-методическое пособие / Огаренко Е. С. – Одесса : Одесск. нац. ун-т имени И. И. Мечникова, 2013. – Раздел I, Тема 2: «Структурная

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

организация процесса политической коммуникации». С.11-22.

Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций, исследовательские традиции (форма проведения – семинар, конференция).

Вопросы:

- Теории и модели политической коммуникации (обзорно), включая политическую систему как информационно-коммуникативную систему, которую представил К. Дойча; идею Г. Шельски о «техническом государстве», а также теорию коммуникативных действий Ю. Хабермаса соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях).

- Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

- Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

Доклады/презентации: «Генезис и эволюция политических коммуникаций».

Вопросы для самостоятельного изучения

- Перечислите и кратко охарактеризуйте известные Вам теории и модели политической коммуникации (обзорно), включая политическую систему как информационно-коммуникативную систему, которую представил К. Дойча; идею Г. Шельски о «техническом государстве», а также теорию коммуникативных действий Ю. Хабермаса соответствующих элементах политики (ценностях, нормах, обучающих действиях).

- Зарубежная традиция изучения и моделирования процессов политических коммуникаций: У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации; Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации; У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения; П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов. Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.

- Медиа-центрированные политические стратегии. «Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры. Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.

Подготовка доклада по теме: «Генезис и эволюция политических коммуникаций».

Раздел 2. Средства, приемы, инструменты воздействия в политических коммуникация (политическая реклама, агитация, пропаганда и др.). Информационные кампании в политической сфере

Тема 3. Немаркетинговые способы воздействия в политических коммуникациях. Агитация и пропаганда (форма проведения – семинар с элементами дискуссии).

Вопросы:

- специфика маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в политической сфере: основные отличия

- понятие пропаганды и специфику и сущность

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

политической пропаганды, ее отличительные черты. Основные функции политической пропаганды.

- типы, методы и приемы пропаганды. Манипулятивные технологии, используемые в пропаганде.
- понятие агитации. Агитационные технологии.
 - основные способы инструменты формирования общественного мнения в сфере политических коммуникаций.

Доклады/презентации – «Происхождение, сущность, формы, методы агитации и ее применение в политической сфере», «Происхождение, сущность, формы, методы пропаганды»

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Обозначьте и кратко опишите специфику маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций, используемых в политической сфере, в чем их основные отличия?
- Раскройте пропаганды и покажите специфику и сущность политической пропаганды, перечислите и раскройте отличительные черты политической пропаганды. Перечислите основные функции политической пропаганды.
- Назовите и охарактеризуйте типы пропаганды, а также методы и приемы пропаганды. Опишите известные Вам манипулятивные технологии, используемые в пропаганде.
- Раскройте суть агитации. Опишите известные Вам агитационные технологии.
 - Как вы понимаете термин «общественное мнение». Опишите основные способы, инструменты его формирования, как в целом, так и в области политических коммуникаций.

Подготовка докладов – кратких сообщений по темам (с последующим обсуждением в студенческой группе по двум темам: «Происхождение, сущность, формы, методы агитации и ее применение в политической сфере» и «Происхождение, сущность, формы, методы пропаганды»)

Тема 4. Инструменты маркетинга, ПР и брендинга в политических коммуникациях
(форма проведения – семинар, практическое занятие).

Вопросы:

- сущность и особенности политического рынка.
- специфика создания политического имиджа,
- процесс создания имиджа.
- политический брендинг
 - основные этапы и инструменты формирования имиджа политического лидера и их характеристика
 - роль и содержание ПР в политике, его отличительные черты. ПР-деятельность в государственном управлении.

Практическое занятие (задание): разработать тексты различных видов ПР-сообщений для определенной политической партии - пресс-релизы, анонсы мероприятий по заданной тематике. Результаты работы студентов по выполнению практического задания затем обсуждаются в группах, дается их оценка другими студентами и преподавателем, после чего делаются корректировки.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Раскройте сущность и опишите особенности политического рынка.
 - В чем специфика создания политического имиджа? Как вы понимаете процесс имиджмейкинга? Охарактеризуйте процесс создания имиджа.
- Что понимается под политическим брендингом?

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Опишите и охарактеризуйте основные этапы и инструменты формирования имиджа политического лидера.

- Раскройте роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара. Разновидности пиар-технологий. ПР-деятельность в государственном управлении.

Практическое задание:

- Практическое задание 1: составить текст выступления на радио от имени кандидата по какой-либо социально-значимой проблеме.

Практическое задание 2. Написать пресс-релиз-анонс для любого мероприятия политической партии. По этому же материалу напишите новостной пресс-релиз. Дополнительные данные для пресс-релиза могут быть произвольными.

Тема 5. Политическая реклама: определения, сущность, виды (форма проведения –семинар, практическое занятие).

Вопросы:

- основные исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.
- дефиниции политической рекламы, ее сущность и особенности.
- типы и формы политической рекламы.
- специфику и виды предвыборной политической рекламы.
- особенности использования политической рекламы государственными структурами.
 - ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере печатной полиграфической продукции). Производство рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.
 - национальные особенности применения политической рекламы, обозначьте тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Практическое занятие (задание): разработать текст биографии кандидата (по заданным параметрам); разработать плакат как средство предвыборной рекламы. Результаты работы студентов по выполнению практического задания затем обсуждаются в группах, дается их оценка другими студентами и преподавателем, после чего делаются корректировки.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Опишите основные исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.
 - Приведете известные Вам Дефиниции политической рекламы, опишите ее сущность и особенности.
- Охарактеризуйте типы и формы политической рекламы.
- Покажите специфику и опишите виды предвыборной политической рекламы.
 - Раскройте особенности использования политической рекламы государственными структурами.
 - Каковы ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере печатной полиграфической продукции). Производство рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.
 - Опишите национальные особенности применения политической рекламы, обозначьте тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Практическое задание: разработать текст биографии кандидата (по заданным параметрам); разработать плакат как средство предвыборной рекламы. Результаты работы студентов по выполнению практического задания будут обсуждаться в группах, будет дана их оценка другими студентами и преподавателем, после чего будут сделаны корректировки.

Тема 6. Информационные кампании в политической сфере (форма проведения –семинар, дискуссия, практическая работа).

Вопросы:

Форма А

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- понятие «информационной кампании». Специфика коммуникационных компаний в политической сфере
 - процесс моделирования и разработки информационной кампании, проводимой в сфере политики. Основные этапы планирования и проведения информационной кампании.
 - основные критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.
 - роль Интернета в современной политике. Понятие: «новые медиа». Роль блогов, социальных сетей во взаимодействии политических партий, политических лидеров и электората, а также различных ветвей власти и граждан (а также других новых сетевых коммуникационных возможностей)
 - термин «информационные войны». Примеры ведения информационных войн в современной политике и геополитике. Приемы и типы информационных войн.
- Дискуссия по теме: «Информационные войны в современной геополитике. Примеры и приемы ведения гибридных войн».
- Практическое задание: Разработка информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Работа в группах по 3 человека. Работе предшествует домашняя самостоятельная работа студентов.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Дайте определение понятию «информационной кампании». В чем состоит специфика коммуникационных компаний в политической сфере?
- Охарактеризуйте в целом процесс моделирования и разработки информационной кампании, проводимой в сфере политики. Опишите и раскройте основные этапы планирования и проведения информационной кампании.
- Каковы основные критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.
- Какова роль Интернета в современной политике. Раскройте понятие «новые медиа». Что к ним относится? Продемонстрируйте роль блогов, социальных сетей во взаимодействии политических партий, политических лидеров и электората, а также различных ветвей власти и граждан (а также других новых сетевых коммуникационных возможностей)
- Что понимается под термином «информационные войны»? Приведите примеры ведения информационных войн в современной политике и геополитике. Раскройте приемы и типы информационных войн.

Подготовка к дискуссии по теме «Информационные войны в современной геополитике. Примеры и приемы ведения гибридных войн»

- Практическое задание: Разработка стратегии информационной кампании по привлечению наблюдателей на предстоящие выборы. Результаты оформить в письменном виде и использовать для дальнейшей работы на семинарском занятии.

8. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

9. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
Форма А	

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине			
1.	История появления и основные фазы развития системы политических коммуникаций		
2.	Сущность коммуникации как политического процесса. Дефиниции политической коммуникации.		
3.	Структура, каналы и средства, уровни политической коммуникации.		
4.	Сущность и особенности массовых политических коммуникаций.		
5.	Основные субъекты политических коммуникаций: их характеристики и признаки.		
6.	У. Липпман и основы организации и изучения политической коммуникации		
7.	Г. Лассуэлл и политологическая традиция изучения политической коммуникации (в т.ч. пропаганды);		
8.	У. Шрамм и филолого-журналистская традиция изучения политической коммуникации		
9.	П. Лазарсфельд и социологическая традиция изучения медиаэффектов.		
10.	Современная зарубежная политическая коммуникативистика: эволюция исследовательских парадигм. Представления Дойча о полит. коммуникации		
11.	Советская и российская традиция изучения и теоретизирования в сфере политических коммуникаций.		
12.	Медиа-центрированные политические стратегии.		
13.	«Медиа-ориентированные» и «партийно-политические» типы коммуникационной культуры.		
14.	Глобализация, информатизация и цифровизация, повышение интерактивности как тенденции в медиа-сфере и области политических коммуникаций.		
15.	Обзор маркетинговых и немаркетинговых (в т.ч. мобилизационных) коммуникаций		
16.	Сущность политической пропаганды. Отличительные черты политической пропаганды.		
17.	Функции политической пропаганды.		
18.	Типы пропаганды.		
19.	Методы и приемы пропаганды. Специфика пропагандистских технологий. Манипулятивные технологии в пропаганде.		
20.	Суть агитации. Агитационные технологии.		
21.	Общественное мнение: понятие и пути, инструменты формирования		
22.	Сущность и особенности политического рынка.		
23.	Политический брендинг		
24.	Политический имидж и имиджмейкинг. Процесс создания имиджа.		
25.	Имидж политического лидера: инструменты и этапы формирования.		
26.	Роль и содержание пиара в политике. Отличительные черты пиара.		
27.	Разновидности пиар-технологий.		
28.	Виды ПР-тестов в политических коммуникациях.		
29.	ПР-деятельность в государственном управлении.		
30.	Исторические фазы зарождения и развития политической рекламы.		
31.	Дефиниции политической рекламы. Сущность и особенности политической рекламы.		
32.	Типы и формы политической рекламы. Специфика и виды предвыборной политической рекламы.		
33.	Особенности использования политической рекламы государственными структурами.		
34.	Ключевые элементы процесса производства рекламной продукции (на примере полиграфической продукции).		

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине			
35.	Разработка рекламного текста и специфика текстов в сфере политической рекламы.		
36.	Национальные особенности применения политической рекламы.		
37.	Тенденции развития политической рекламы в современном мире		
38.	Понятие информационной кампании.		
39.	Моделирование и разработка информационной кампании		
40.	Основные этапы планирования и проведения информационной кампании.		
41.	Критерии эффективности информационных кампаний в сфере политики.		
42.	Место и роль Интернета в политике. Новые медиа и политические коммуникации, расширение возможностей и форм политического участия.		
43.	Политические коммуникации в Интернете: обзор видов и форм (блоги, социальные сети и пр., виды и специфика коммуникации).		
44.	Понятие, особенности и типы информационных войн.		
45.	Приемы и примеры ведения информационных (и гибридных) войн в политике и геополитике.		
46.	Приемы и примеры ведения информационных (и гибридных) войн в политике и геополитике.		
47.	Государство как ведущий политический институт: роль, функции, признаки.		
48.	Признаки политических партий как ведущего политического института.		

11. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общеположения

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- Работа с текстами:
- учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- выполнения практических домашних заданий;
- подготовка к зачету.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к даче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Сущность, структура, особенности политических коммуникаций.	Подготовка к семинарскому занятию	10	Устный опрос
Тема 2. Модели и теории политических коммуникаций; исследовательские традиции	Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада – устного сообщения	10	Устный опрос, проверка доклада

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
Тема Немаркетинговые способы воздействия политических коммуникациях. Агитация пропаганда.	3. в и	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка доклада – устного сообщения	10	Устный опрос, проверка доклада
Тема Инструменты маркетинга, ПР брендинга политических коммуникациях	4. и в	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практического задания	8	Устный опрос, проверка заданий
Тема Политическая реклама: определения, сущность, виды	5.	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практического задания	10	Устный опрос, проверк а задания
Тема Информационные кампании политической сфере	6. в	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка к дискуссии Выполнение практического задания	10	Устный опрос, проверк а задания

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплине		

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****Список рекомендуемой литературы****а) основная литература:**

1. Селентьева, Д. О. Политическая имиджология : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512609>
2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515059>

б) дополнительная литература:

1. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 с. — ISBN 978-5-8265-1383-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>
2. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14228-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510925>
3. Аутсорсинг политических суждений: проблемы коммуникации на цифровых платформах / А. Г. Барышкин, И. А. Быков, С. В. Володенков [и др.] ; под редакцией Л. В. Сморгунова. — Москва : Политическая энциклопедия, 2021. — 311 с. — ISBN 978-5-8243-2461-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121150.html>
4. Казаков, М. А. Политическое манипулирование: теория и практика : учебно-методическое пособие / М. А. Казаков. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019. — 18 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144833>
5. Семенов, В. А. Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516022>

б) учебно-методическая литература:

1. Магомедов А. К. Коммуникации в политических процессах и институтах : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / А. К. Магомедов, Е. В. Кузьмина; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 355 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8166>

Согласовано:

Главный библиотекарь
Должность сотрудника научной библиотекиШевякова И.Н.
ФИО

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, *(выбрать необходимое)*.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса, размещенными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об образовательной организации».

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчики



проф. Магомедов А.К.



доцент Кузьмина Е.В.

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		14.05.24
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		14.05.24

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 1

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Селентьева Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие / Д. О. Селентьева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 164 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/537543> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-06386-8 : 769.00. / .— ISBN 0_525279
2. Чуев С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие / С. В. Чуев. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 244 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/539636> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-09615-6 : 1049.00. / .— ISBN 0_525243
3. Семенов В. А. Политический менеджмент : учебное пособие / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 298 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/540531> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-08008-7 : 1239.00. / .— ISBN 0_525244

дополнительная

1. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова ; О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. - Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. - 80 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-8265-1383-5. / .— ISBN 0_138233
2. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие / Л. В. Селезнева. - Москва : Юрайт, 2024. - 185 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531879> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-16844-0 : 679.00. / .— ISBN 0_525315
3. Связи с общественностью в органах власти : учебник / М. М. Васильева, С. Б. Елина, Ю. Г. Жеглова [и др.]. - 3-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 432 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535904> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-14228-0 : 1719.00. / .— ISBN 0_523936
4. Аутсорсинг политических суждений: проблемы коммуникации на цифровых платформах / А. Г. Барышкин, И. А. Быков, С. В. Володенков [и др.] ; А. Г. Барышкин, И. А. Быков, С. В. Володенков [и др.]; под редакцией Л. В. Сморгунова. - Москва : Политическая энциклопедия, 2021. - 311 с. - Книга находится в премиум-версии IPR SMART. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <https://www.iprbookshop.ru/121150.html>. - Режим доступа: Цифровой образовательный ресурс IPR SMART; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-8243-2461-7. / .— ISBN 0_411152

учебно-методическая

1. Магомедов А. К. Коммуникации в политических процессах и институтах : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с

Министерство науки и высшего образования и РФУльяновскийгосударственныйуниверситет	Форма	
Ф-Рабочаяпрограммаподисциплине		

общественностью» / А. К. Магомедов, Е. В. Кузьмина ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019.
- Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 355 КБ). -
Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41645.

Согласовано:

Главный редактор / Мамаева Е.П. /  / 2024
 Должность сотрудника Научной библиотеки ФИО подпись дата

Министерство науки и высшего образования и РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Приложение 2

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024