

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Е.В. Кудряшова
«06» июня 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
И.о. заведующего кафедрой
востоковедения и политических наук
В.О. Кулаков
«06» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Политические коммуникации»

Составитель(-и)	Оськина О.И., доцент, к.полит.н., доцент кафедры
Направление подготовки	41.03.04 ПОЛИТОЛОГИЯ
Направленность (профиль) ОПОП	Политический менеджмент и регионалистика
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	Очная
Год приёма	2022
Курс	2
Семестр(ы)	4

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Политические коммуникации» раскрыть содержание основных теоретических концепций и понятий, используемых в современной коммуникативистике применительно к особой сфере информационного пространства – политическим коммуникациям, сформировать представление о наиболее влиятельных исследовательских подходах в изучении данного проблемного поля, применяемых в мировой и отечественной науке, помочь овладеть необходимыми знаниями практического применения и использования методики и основных методов изучения процессов политической коммуникации.

1.2. Задачи освоения дисциплины «Политические коммуникации»:

- изучение структуры и условий реализации политико-коммуникативных кампаний, моделей, каналов и техник политической коммуникации
- приобретение навыков отбора и сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний, политической мобилизации;
- осуществления эффективной коммуникации при проведении политических и избирательных кампаний, политической мобилизации, написания текстов для СМИ по политической тематике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Политические коммуникации» относится к части формируемой участниками образовательных отношений, дисциплинам и курсам по выбору Б.1.В 12.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые дисциплинами:

-
- «Политические системы государств современного мира»
- «Введение в информационные технологии»
- «Политические отношения и политический процесс в современной России»

Знания: основных политико-коммуникативных понятий

Умения: использовать методы и инструменты, сочетания каналов и техник политической коммуникации при проведении политических и избирательных компаний, политической мобилизации;

Навыки: исследования, сопоставления и сравнения, аналитические.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- «Принятие политических решений»
- «Политическая конфликтология»
- «Информационно-аналитическое сопровождение политического события»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

а) универсальных (УК): Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

1	Политическая коммуникация: теоретико-методологические основы	2	2	4		8	опрос
2	Теории, модели и типологии политических коммуникаций	2	2	4		8	Опрос/ Презентация
3	Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия	2	2	4		8	Опрос/ круглый стол
4	Политические технологии: понятие, сущность, типы	2	2	4		8	Опрос/ Тестирование
5	Информационные технологии	2	2	4		7	Опрос/ Дискуссия
6	Избирательные технологии	2	2	4		7	Опрос/ Деловая игра
7	Технологии принятия политических решений	2	2	4		7	Опрос/ тренинг
8	Технологии политического анализа и политического консалтинга	2	2	4		7	Опрос/ Итоговое тестирование
ИТОГО		108	16	16		60	зачет

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3 - Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции		Σ общее количество компетенций
		УК 1	УК 4	
Тема 1. Политическая коммуникация: теоретико - методологические основы	14	+	+	2
Тема 2. Теории, модели и типологии	14	+	+	2

политических коммуникаций				
Тема 3. Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия	14	+	+	2
Тема 4. Политические технологии: понятие, сущность, типы	14	+	+	2
Тема 5. Информационные технологии	13	+	+	2
Тема 6. Избирательные технологии	13	+	+	2
Тема 7. Технологии принятия политических решений	13	+	+	2
Тема 8. Технологии политического анализа и политического консалтинга	13	+	+	2
<i>Итого</i>	<i>108</i>	<i>8</i>	<i>8</i>	<i>2</i>

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Содержание курса

Тема 1.

Политическая коммуникация: теоретико-методологические основы

Понятие политической коммуникативистики как науки и исторические и цивилизационные условия формирования политических коммуникаций. Теоретическое обоснование политической коммуникативистики. Специфика политической коммуникативистики. Понятие политической коммуникации и его интерпретации. Способы и средства политической коммуникации. Функции и структура политической коммуникации. Уровни информационно-коммуникативных процессов

Тема 2.

Теории, модели и типологии политических коммуникаций

Основные теории политической коммуникации. Понятие микроуровня социально-политических исследований. «Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов». Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера. Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца. «Теория культивации» Дж. Гербнера. Концепция «установления повестки дня» («*agenda-setting*») Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов.

Модели политической коммуникации. Сущность и специфика политических коммуникаций. Типология политических коммуникаций.

Тема 3.

Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия.

Маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического дискурса. Понятие, информационное содержание и характерные черты политического рынка. Концепция пространства конкурентной борьбы в политике. Сущность и отличительные особенности пропаганды и агитации как разновидности немаркетинговых коммуникаций. Агитационные и

пропагандистские информационные технологии. Манипулирование. Синтетические способы организации политического дискурса.

Принципы, типы и методы информационного лоббизма. Политический терроризм: радикальные формы политического маркетинга. Международное сообщество и информационный терроризм. Политический маркетинг: концепции и технологии.

Тема 4.

Политические технологии: понятие, сущность, типы

Роль политических технологий в контексте современного политического процесса. Причины и условия возрастания роли политических технологий в современном обществе. Понятие, сущностные характеристики, специфика и необходимость использования. Типы и виды политических технологий. Способы формирования и этапы политических технологий. Рынок политических технологий в России и мире.

Тема 5.

Информационные технологии

Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа - планирование, политический маркетинг: общее и особенное. Формы использования СМИ в политических технологиях. Определение эффективности СМИ в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет. Конструирование мифов как политическая технология. Методы психотехнологий. Регулирование развития и функционирования информационных технологий, правовое поле деятельности СМИ, сети Интернет в современной России и мире.

Тема 6.

Избирательные технологии

Понятие «избирательные технологии». Сравнительный анализ избирательных систем и моделей подсчета голосов. Эволюция и современное состояние российского избирательного законодательства. Проведение избирательной кампании. Этапы избирательной кампании. Планирование избирательной кампании: стратегия и тактика; подходы и принципы проведения избирательной кампании; специфика полевой работы с избирателями.. Понятие и сущность политического PR и политической рекламы. Отличительные особенности политического PR как маркетинговой коммуникации. Субъекты и объекты политического PR. Модели, структура и функции PR. Основные PR технологии. PR как особый вид управления. Типология PR. Неэтические формы политического PR. Манипулирование технологии в политической и социальной сферах.

Классические модели электорального поведения и основные факторы электорального поведения. Электоральная динамика и электоральная поддержка основных политических сил в РФ.

Тема 7.

Технологии принятия политических решений

Разработка и принятие политических решений. Принятие решений в сфере государственного управления. Уровни политических решений и основные государственные и политические институты, связанные с процессом принятия политического решения. Исполнительная и законодательная власть в процессе принятия политических решений. Взаимодействие законодательной и исполнительной власти в парламентских и президентских республиках. Этапы принятия решений. PR как особый вид управления. Роль институтов гражданского общества в принятии политических решений. Оценка эффективности государственных и политических решений.

Тема 8.

Технологии политического анализа и политического консалтинга

Основные измерения политического анализа. Определение уровней политического анализа, их специфика и соотношение. Методология аналитической деятельности.

Аналитические технологии. Методики политического анализа – диагностика политической ситуации, политической напряжённости, политической стабильности. Информационная работа: источники информации, поиск, отбор, обработка и структурирование информации, формирование информационных баз данных. Понятие политического консалтинга. Политическое консультирование: характерные черты, типы, виды и формы, функции. Специфика политического консультирования. Технологии политического консультирования. Внутреннее и внешнее политическое консультирование. Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Указания по организации и проведению лекционных, практических (семинарских) и лабораторных занятий с перечнем учебно-методического обеспечения

Лекция – это ведущая форма группового обучения. Ведущей она является потому, что именно с нее начинается изучение каждой новой дисциплины, темы. И только после лекции следуют другие, подчиненные ей формы обучения: семинары, практические занятия и т. д.

Методологическое значение лекции состоит в том, что в ней раскрываются фундаментальные теоретические основы учебной дисциплины и научные методы, с помощью которых анализируются жизненные явления. В целом можно сказать, что лекции как форме и методу обучения присущи три основные педагогические функции, которые определяют ее возможности и достоинства в учебном процессе: познавательная, развивающая и организующая.

Организационно-методической базой проведения лекционных занятий является рабочий учебный план направления или специальности. При подготовке лекционного материала преподаватель обязан руководствоваться учебными программами по дисциплинам кафедры, тематика и содержание лекционных занятий которых представлена в рабочих программах. При чтении лекций преподаватель имеет право самостоятельно выбирать формы и методы изложения материала, которые будут способствовать качественному его усвоению. При этом в установленном порядке он может использовать технические средства обучения, имеющиеся на кафедре и в университете. Вместе с тем, всякий лекционный курс является в определенной мере авторским, представляет собой творческую переработку материала и неизбежно отражает личную точку зрения лектора на предмет и методы его преподавания. В этой связи представляется целесообразным привести некоторые общие методические рекомендации по построению лекционного курса и формам его преподавания.

Проведение занятий с аудиторией студентов является публичным видом деятельности, определяющим ряд специфических требований к преподавателю: преподаватель должен иметь опрятный внешний вид, обязан владеть культурой речи; его поведение при любых ситуациях должно быть корректным и достойным.

Методика подготовки лекции

При анализе методики подготовки лекции особое внимание следует обращать на решение следующих организационно-методических вопросов:

1. Определение основной цели лекции, ее главной идеи. Она (цель) задается требованиями учебной программы, местом лекции в изучаемой учебной дисциплине и самим названием. Целесообразно начинать подготовку лекции с постановки перед собой вопроса о том, для какой категории слушателей необходима данная лекция и какой конкретно материал необходимо вложить в ее текст. Ответив на поставленные вопросы, преподаватель конкретизирует содержание лекции.

2. Уточнение объема материала, входящего в содержание лекции.

Практика показывает, что у преподавателя, готовящегося к написанию текста лекции, как правило, материала бывает значительно больше, чем его можно изложить за отведенное время. Следовательно, надо отобрать самое важное для достижения поставленной цели. В этом случае следует экономить время для раскрытия главного – таково правило наиболее опытных преподавателей. Нехватка времени из-за чрезмерного объема материала – частый недостаток многих начинающих преподавателей, которые еще не научились рассчитывать время, необходимое для изложения того или иного вопроса. Здесь им поможет простой методический прием: нужно прочитать вслух подготовленный текст, заметив время, а затем увеличить это время примерно на 20-30%. Как показывает практика, столько времени будет затрачено при чтении лекции в аудитории. Безусловно, при определении объема содержания лекции необходимо ориентироваться на требования учебной программы.

3. Детальная проработка структуры лекции способствует уточнению содержания, его лучшему подчинению главной цели и выполнению основных требований. Практика показывает, что опытные преподаватели не ограничивают проработку структуры определением основных вопросов, а продумывают их структуру. Каждый вопрос они разбивают на подвопросы и формулируют название последних. Это обеспечивает более строгое подчинение материала теме и цели лекции, позволяет лучше отобрать материал и логичнее его расположить.

4. Написание текста лекции. По любой теме целесообразно иметь полный текст лекции. При ее написании преподаватель должен работать над тем, как повысить научность и практическую значимость лекции, реализовать все ее функции, как лучше скомпоновать материал. После того как написан первый вариант текста лекции, в него вносятся коррективы, продолжается работа над точностью и яркостью фраз и выражений. Придание тексту наглядности облегчает пользование им, однако нельзя превращать лекцию в чтение текста. Текст лекции должен вести, направлять изложение материала.

5. Специальная подготовка средств наглядности и решение других организационно-методических вопросов – важный элемент в подготовке лекции. Тот факт, что использование в лекции средств наглядности является обязательным, не вызывает сомнений. Практика показывает, что 5-7 обращений преподавателя к использованию средств изобразительной наглядности бывает вполне достаточно.

Методика чтения лекции

Всегда следует помнить, что лекция имеет четкую структуру, включающую в себя: введение, основную часть и заключение. В каждом из ее элементов преподавателю следует соблюдать определенные действия и правила поведения, суть которых и определяет методику чтения лекции.

Во введении к числу основных действий преподавателя можно отнести:

1. Объявление темы и плана лекции, указание основной и дополнительной литературы.
2. Разъяснение целей занятия и способов их достижения.
3. Обозначение места лекции в программе и ее связь с другими дисциплинами.
4. Создание рабочей обстановки в аудитории, вызвать у слушателей интерес к изучаемой

теме.

В основной части лекции преподавателю можно рекомендовать следующие методические приемы:

1. Установление контакта с аудиторией.
2. Убежденное и эмоциональное изложение материала.
3. Установление четких временных рамок на изложение материала по намеченному плану.
4. Использование материала лекции как опорного для лучшего усвоения изучаемой дисциплины.

5. Контроль за грамотностью своей речи (словообразование, ударение и т.д.) и поведением.

6. Наблюдение за аудиторией и поддержание с ней контакта на протяжении всего занятия.

В заключительной части лекции преподавателю рекомендуется:

1. Подвести итоги сказанного в основной части и сделать выводы по теме.
2. Ответить на вопросы обучающихся.

Виды лекционных занятий:

– *лекция-беседа*, которая представляет собой диалог преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать к двухстороннему обмену мнениями по наиболее важным вопросам темы занятия. Внимание студентов в данной лекции обеспечивается путем постановки проблемного задания – вопросно-ответной беседы с аудиторией.

– *лекция с эвристическими элементами*, в процессе изложения которой перед студентами ставится задача, и они, опираясь на имеющиеся знания, должны найти самостоятельное, логически обоснованное решение. Планирование данного типа лекции требует от преподавателя заранее поставленных задач с учетом знаний аудитории.

– *лекция с элементами обратной связи*, которая подразумевает изложение учебного материала и использование знаний по смежным предметам (межпредметные связи) или по изученному ранее учебному материалу. Обратная связь устанавливается посредством ответов студентов на вопросы преподавателя по ходу лекции.

– *проблемная лекция*, которая способствует совершенствованию навыков работы с полученной информацией и развитию логического мышления, а также самостоятельному поиску необходимой информации. Чаще всего такой вид занятий планируется при изложении учебного материала по спецпредметам и представляет собой разновидность проблемной системы обучения.

– *многоцелевая лекция*, основанная на комплексном взаимодействии отдельных элементов: подаче материала, его закреплении, применении, повторении и контроле;

– *лекционный обзор* материала по тематическому циклу, имеющий итогово-обобщающий характер;

– *лекция*, представляющая собой чтение с демонстрацией опытного, иллюстративного, аудио-и видеоматериала.

– *комбинированная лекция*, включающая элементы перечисленных выше видов занятий.

С развитием информационных технологий в образовании в учебном процессе стали использоваться электронные лекции, включающие текст, демонстрационный материал, дополнительные сведения по теме, оформленные в виде отдельных файлов, что способствует повышению эффективности усвоения студентами учебной информации.

Электронные лекции отличаются от традиционных четкой структурой; блочной схемой построения материала; развитой гипертекстовой структурой; использованием дополнительных приемов изложения материала (звук, анимация, графика).

Существуют электронные лекции Off-Line и On-Line, электронные копии печатного текста лекции, лекции с мультимедийным сопровождением. Между лекциями Off-Line и On-Line нет принципиальных отличий – первые доставляются до студентов посредством сети Internet, вторые предназначены для пользования в системе кейс-технологии.

Лекции с мультимедийным сопровождением предполагают демонстрацию слайдов, содержащих ключевые фразы, определения, наиболее важный учебный материал. Показ слайдов сопровождается речью лектора или аудиозаписью текста лекции.

Следует подчеркнуть, что современное поколение студентов, живущих в постиндустриальном обществе, уже не воспринимает классические лекции, традиционно организованные виды практической и самостоятельной работы, оно рассчитывает на более высокий уровень – обучение с использованием современных образовательных технологий.

Практические (семинарские) занятия - одна из форм аудиторных занятий, на которых студенты под руководством преподавателя приобретают необходимые умения и навыки по тому или иному разделу определенной дисциплины, входящей в учебный план

Семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием новых образовательных технологий. В традиционных технологиях на практических занятиях проводятся последовательное решение задач или выполнение упражнений с применением ранее изученного теоретического материала. В новых образовательных технологиях доминируют игровые процедуры, используются принципы моделирования, предусматривается интенсивное межличностное общение, реализуются принципы партнерства, педагог превращается из информатора в менеджера.

Семинары могут проходить в виде выступлений студентов с докладами, рефератами и их обсуждением; интеллектуального и коммуникативного тренинга. Практические занятия и семинары должны осуществлять обучение в обстановке максимального приближения к реальной жизни, увязывать теоретический материал с будущей практической деятельностью. При проведении практических (семинарских) занятий учебная группа может делиться на подгруппы.

Для эффективности семинара большое значение имеет еще одна сторона его взаимосвязи с лекцией. Преподаватель дает план лекции, рекомендует литературу. Методически возможно подчеркнуть связь между лекцией и семинаром: назвать несколько вопросов, представляющих большой теоретический интерес и практическое значение, которые за недостатком времени не представляется возможным осветить и о которых есть возможность подробно поговорить на предстоящем семинаре. При этом важно привлечь внимание студентов к таким вопросам, пробудить их интерес, обострить желание разобраться в них. Важным фактором результативности данного вида занятий, его высокой эффективности является процесс подготовки.

Прежде всего, студенты должны уяснить предложенный план занятия, осмыслить вынесенные для обсуждения вопросы, место каждого из вопросов в раскрытии темы семинара. И в этом большая роль принадлежит преподавателю.

Преподаватель может предложить студентам подумать над постановкой таких вопросов по теме семинара, которые вызовут интерес своей неоднозначностью, противоречивостью, разделят участников семинара на оппонирующие группы.

Подготовка к семинару активизирует работу студента с книгой, требует обращения к литературе, учит рассуждать, в процессе подготовки к семинару закрепляются и уточняются уже известные и осваиваются новые категории, «язык» студента становится богаче. Сталкиваясь в ходе подготовки с недостаточно понятными моментами темы, студенты находят ответы самостоятельно или фиксируют свои вопросы для постановки и уяснения их на самом семинаре.

В процессе подготовки, прорабатывая предложенные вопросы, студент определяет для себя один-два из них (можно, конечно и больше), в которых он чувствует себя наиболее уверенно и в качестве консультанта или оппонента намерен задать тон на семинаре.

На втором этапе семинара студентами осуществляется весьма объемная работа по углубленному проникновению в суть вынесенной для обсуждения проблемы. В ходе семинара студент учится публично выступать, видеть реакцию слушателей, логично, ясно, четко, грамотным литературным языком излагать свои мысли, приводить доводы, формулировать аргументы в защиту своей позиции.

На семинаре каждый студент имеет возможность критически оценить свои знания, сравнить со знаниями и умениями их излагать других студентов, сделать выводы о необходимости более углубленной и ответственной работы над обсуждаемыми проблемами.

В ходе семинара каждый студент опирается на свои конспекты, сделанные на лекции, собственные выписки из учебников, монографий, научно-исследовательских статей, художественных произведений, словарей и другой справочной литературы. Семинар стимулирует стремление к совершенствованию конспекта, желание сделать его более

информативным, качественным. От семинара к семинару, на всех его этапах студент поднимается на более высокую ступеньку собственной зрелости, что позволяет более эффективно работать над проблемами, непосредственно относящимися к его будущей профессии.

С точки зрения методики проведения семинар представляет собой комбинированную, интерактивную форму учебного занятия. Он предполагает возможность использования рефератов, фрагментов первоисточников, устных и письменных понятийных диктантов, тестов, различного типа заданий и др. Для стимулирования самостоятельного мышления могут использоваться различные активные методики обучения: проблемные ситуации, задания «закончить предложение», тесты и даже интерактивный опрос.

Ведущей дидактической целью семинарских занятий является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умений работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п.

Планы семинарских занятий.

Семинар 1. Политическая коммуникация: теоретико-методологические основы

1. Понятие политической коммуникативистики как науки и исторические условия формирования политических коммуникаций.
2. Способы и средства политической коммуникации.
3. Функции и структура политической коммуникации.
4. Уровни информационно-коммуникативных процессов

Семинар 2. Теории, модели и типологии политических коммуникаций

1. Основные теории политической коммуникации.
2. Понятие микроуровня социально-политических исследований.
3. Теории политических коммуникаций («Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов». Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера. Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца. «Теория культивации» Дж. Гербнера. Концепция «установления повестки дня» («*agenda-setting*») Д. Шоу и М. Маккомбса.
4. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект.
5. Модели политической коммуникации.
6. Типология политических коммуникаций.

Семинар 3. Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия.

1. Маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического дискурса.
2. Понятие, информационное содержание и характерные черты политического рынка.
3. Сущность и отличительные особенности пропаганды и агитации как разновидности немаркетинговых коммуникаций.
4. Синтетические способы организации политического дискурса.
5. Принципы, типы и методы информационного лоббизма.
6. Политический терроризм: радикальные формы политического маркетинга. Международное сообщество и информационный терроризм.
7. Политический маркетинг: концепции и технологии.

Семинар 4. Политические технологии: понятие, сущность, типы

1. Понятие, сущностные характеристики политических технологий.

2. Роль и специфика использования политических технологий в контексте современного политического процесса.
3. Причины и условия возрастания роли политических технологий в современном обществе.
4. Типы и виды политических технологий.
5. Способы формирования и этапы политических технологий.
6. Рынок политических технологий в России и мире.

Семинар 5. Информационные технологии

1. Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа - планирование, политический маркетинг: общее и особенное.
2. Регулирование развития и функционирования информационных технологий в России и мире.
3. Формы использования СМИ в политических технологиях.
4. Конструирование мифов как политическая технология. Методы психотехнологий.
5. Использование сети Интернет как информационной технологии в современной России и мире.

Семинар 6. Избирательные технологии

1. Понятие «избирательные технологии». Сравнительный анализ избирательных систем и моделей подсчета голосов.
2. Проведение избирательной кампании: этапы, стратегия и тактика, подходы и принципы проведения избирательной кампании, специфика полевой работы с избирателями..
3. Понятие и сущность политического PR. Отличительные особенности политического PR как маркетинговой коммуникации.
4. Субъекты и объекты политического PR. Модели, структура и функции PR.
5. Основные PR технологии. Типология PR. Неэтические формы политического PR.
6. Понятие и сущность политической рекламы, ее роль в избирательном процессе.
7. Манипулирование технологии в политической и социальной сферах.
8. Классические модели электорального поведения и основные факторы электорального поведения.

Семинар 7. Технологии принятия политических решений

1. Разработка и принятие политических решений. Принятие решений в сфере государственного управления.
2. Уровни политических решений и основные государственные и политические институты, связанные с процессом принятия политического решения.
3. Этапы принятия решений. PR как особый вид управления.
4. Роль институтов гражданского общества в принятии политических решений.
5. Оценка эффективности государственных и политических решений.

Семинар 8. Технологии политического анализа и политического консалтинга

1. Понятие и основные измерения политического анализа.
2. Определение уровней политического анализа, их специфика и соотношение.
3. Методология аналитической деятельности. Аналитические технологии.
4. Методики политического анализа – диагностика политической ситуации, политической напряжённости, политической стабильности.
5. Понятие политического консалтинга. Политическое консультирование: характерные черты, типы, виды и формы. Специфика политического консультирования.
6. Технологии политического консультирования.

7. Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Рабочей программой дисциплины «**Политические коммуникации**» предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 60 часов.

Формы самостоятельной работы:

- чтение обязательной учебной литературы по темам семинарских занятий;
- выполнение письменных домашних заданий (рефераты, разбор кейсов, тесты и т.п.);
- подготовка и оформление индивидуальных презентаций по тематике курса в формате Microsoft Office PowerPoint
- индивидуальная (или групповая) подготовка к практическим заданиям.

Формы контроля:

- фиксация посещаемости аудиторных занятий,
- оценка за теоретические знания, продемонстрированные студентом на семинарских занятиях;
- оценка активности участия в дискуссиях на семинарских занятиях;
- оценка за оформление и демонстрацию индивидуальных презентаций;
- оценка всех форм самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студентов – важнейшая составная часть занятий по дисциплине, необходимая для полного усвоения программы курса.

Целью самостоятельной работы является закрепление и углубление знаний, полученных студентами на лекциях, подготовка к текущим семинарским занятиям, промежуточным формам контроля знаний (тестированию, контрольным работам и пр.). Самостоятельная работа способствует формированию у студентов навыков работы со специальной литературой, развитию культуры умственного труда и поискам в приобретении новых знаний. Самостоятельная работа включает те разделы курса, которые не получили достаточного освещения на лекциях по причине ограниченности лекционного времени и большого объема изучаемого материала.

Работа должна носить самостоятельный, творческий характер и при её проверке преподаватель в первую очередь оценивает обоснованность и оригинальность выводов. В своей работе, выполненной в форме домашнего задания, слушатель должен четко сформулировать и аргументировать основные выводы и рекомендации по принятию того или иного вывода и решения по рассматриваемой теме, основываясь на глубокой проработке всех аспектов темы, предложенной преподавателем в качестве проблемы исследования.

Таблица 4 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
1	Политическая коммуникация: теоретико-методологические основы	8	Проработка материала лекций, учебных материалов к практическим занятиям.
2	Теории, модели и типологии политических коммуникаций	8	Реферат
3	Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия.	8	Реферат
4	Политические технологии: понятие, сущность, типы	8	Подготовка к тестированию
5	Информационные технологии	7	Проработка

			материала лекций, учебных материалов к практическим занятиям.
6	Избирательные технологии	7	Реферат
7	Технологии принятия политических решений	7	Реферат
8	Технологии политического анализа и политического консалтинга	7	Подготовка к тестированию

Методическое обеспечение самостоятельной работы состоит из:

- определения учебных вопросов, которые студенты должны изучить самостоятельно;
- подбора необходимой учебной литературы, обязательной для проработки и изучения;
- поиска дополнительной научной литературы, к которой студенты могут обращаться по желанию, если у них возникает интерес к данной теме;
- определения контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;

организации консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызвавших у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

В зависимости от дидактических целей и задач, которые решаются в процессе самостоятельной работы студентов, можно выделить следующие виды самостоятельной работы:

1. самостоятельная работа по уточнению и дополнению сведений и знаний, полученных на учебных занятиях (работа с текстом, проведение эксперимента и др.);
2. самостоятельная работа по формированию практических умений и навыков на основе выполнения заданий (или решения задач);
3. самостоятельная работа по приобретению студентами новых знаний;
4. самостоятельная работа по развитию у студентов общеучебных умений, мыслительных процессов (анализа, систематизации и обобщения, классификации, проверки достоверности данных и др.);
5. самостоятельная работа по удовлетворению образовательных запросов и интересов студентов (реферат, научная работа и др.).

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Вопросы для самостоятельной работы и тематика рефератов.

1. Особенности политических технологий на различных уровнях социальной организации общества.
2. Роль политического прикладного анализа в политических технологиях.
3. Метод Дельфи и его возможности в политическом прогнозировании.
4. Сравнительный анализ политических программ партий России в избирательной кампании (на примере конкретного субъекта РФ).
5. Основные парадигмы объяснения электорального поведения в российской и зарубежной литературе.
6. Партогенез в России: тенденции и проблемы.
7. Лоббизм как технология представительства интересов (зарубежный и российский опыт).
8. Массовые социологические опросы как инструмент политической технологии.
9. Управление имиджем политического лидера в избирательной кампании.
10. Основные принципы и стандарты оценки эффективности PR-технологий.
11. Сравнительный анализ роли общественного мнения в системе российской власти и во властных отношениях развитых демократических государств.

12. Современное состояние избирательного законодательства и его влияние на работу политического технолога в России.
13. Манипулирование общественным мнением: возможности и ограничения.
14. Использование контрпропаганды в политической борьбе.
15. Манипуляция общественным сознанием в СМИ. 22.
16. Информационные войны в современной России.
17. Роль СМИ в современном избирательном процессе в России.
18. Влияние СМИ на электоральное поведение избирателей.
19. Особенности политической рекламы в Интернете.

Технические требования к Реферату :

1. Поля: 20 мм по периметру.
2. Шрифт: для текста – Times New Roman (14 кегль), для сносок и списка литературы – Times New Roman (10 кегль).
3. Межстрочный интервал 1,5 пункт.
4. Ссылки: нумерация автоматическая, сквозная по тексту, текст сноски располагается внизу каждой страницы.
5. Работа должна иметь: титульный лист, план, введение, основную часть, заключение, список литературы.
6. Объем работы – 10 стр.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В рамках изучения данной дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. интерактивные формы проведения аудиторных занятий – групповые дискуссии, рассмотрение кейсов, ролевые игры;
2. практические занятия, нацеленные на разбор научных публикаций по тем или иным аспектам проблематики курса, на анализ исследовательской методики авторов предлагаемых к обсуждению работ;
3. семинары, нацеленные на развитие навыков критического анализа источников (газетных публикаций, выступлений политиков) с использованием методов контент-анализа и дискурс-анализа.
4. работа в малых группах, предполагающая выработку и презентацию коллективного решения – самостоятельная работа студентов – проработка научных текстов, поиск необходимых материалов, подготовка сообщений;
5. работа с наглядными пособиями (презентации, схемы, таблицы, фотографии, рисунки и т.п.).
6. внеаудиторные он-лайн коммуникаций преподавателя со студентами, а также распространение необходимых материалов и осуществление контроля посредством использования возможностей Интернета.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Политическая коммуникация: теоретико-методологические основы	Обзорная лекция	опрос	Не предусмотрено
Тема 2. Теории, модели и типологии политических	Комбинированная лекция	Опрос/ Презентация	Не предусмотрено

коммуникаций			
Тема 3. Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия.	Комбинированная лекция	Опрос/ круглый стол	Не предусмотрено
Тема 4. Политические технологии: понятие, сущность, типы	Комбинированная лекция	Опрос/ Тестирование	Не предусмотрено
Тема 5. Информационные технологии	Лекция-диалог	Опрос/ Дискуссия	Не предусмотрено
Тема 6. Избирательные технологии	Проблемная лекция	Опрос/ Деловая игра	Не предусмотрено
Тема 7. Технологии принятия политических решений	Проблемная лекция	Опрос/ тренинг	Не предусмотрено
Тема 8. Технологии политического анализа и политического консалтинга	Проблемная лекция	Опрос/ Итоговое тестирование	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников электронных библиотечных систем, доступ к которым предоставляется университетом;
- использование как источников информации сайтов, находящихся в Интернете в открытом доступе (электронные библиотеки, журналы, книги, психологические тесты);
- использование возможностей корпоративной электронной почты (рассылка заданий, материалов, ответы на вопросы);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Лицензионное программное обеспечение

- Adobe Reader - Программа для просмотра электронных документов
- Moodle - Образовательный портал ФГБОУ ВО «АГУ»
- Mozilla Fire Fox- Браузер
- Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013 – Пакет офисных программ
- 7-zip - Архиватор
- Microsoft Windows 7 Professional - Операционная система
- Kaspersky Endpoint Security- Средство антивирусной защиты
- Google Chrome- Браузер
- Open Office - Пакет офисных программ
- Opera– Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные системы

- Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС»
- Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com

- Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARKSQL НПО «Информ-систем» <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
- Электронный каталог «Научные журналы АГУ» <https://journal.asu.edu.ru/>
- Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС). <http://mars.arbicon.ru>
- Справочная правовая система КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>
- Цифровой образовательный ресурс IPRsmart
- Электронно-библиотечная система ВООК.ru <https://book.ru>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
- Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех» <https://biblio.asu.edu.ru>
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>
- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://minobrnauki.gov.ru>
- Министерство просвещения Российской Федерации <https://edu.gov.ru>
- Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь) <https://fadm.gov.ru>
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) <http://obrnadzor.gov.ru>
- Информационно-аналитический портал государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» <http://zhit-vmeste.ru>
- Российское движение школьников <https://рдш.рф>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Политические коммуникации» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6 - Соответствие изучаемых разделов, тем дисциплины результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1	Политическая коммуникация: теоретико-методологические основы	УК-1, УК-4	опрос
2	Теории, модели и типологии политических коммуникаций	УК-1, УК-4	Опрос/ Презентация
3	Политические коммуникации: маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия.	УК-1, УК-4	

4	Политические технологии: понятие, сущность, типы	УК-1, УК-4	Опрос/ Тестирование
5	Информационные технологии	УК-1, УК-4	
6	Избирательные технологии	УК-1, УК-4	Опрос/ Деловая игра
7	Технологии принятия политических решений	УК-1, УК-4	
8	Технологии политического анализа и политического консалтинга	УК-1, УК-4	Опрос/ Итоговое тестирование

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 - Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 - Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в

	формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3 Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Презентация по теме 2. Теории, модели и типологии политических коммуникаций.

Требования к оформлению презентаций:

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

Оформление слайдов

Стиль	<ul style="list-style-type: none"> • единый стиль (шаблон) оформления; • следует избегать стилей, которые будут отвлекать от самой презентации; • дизайн презентации не должен противоречить содержанию
Фон	<ul style="list-style-type: none"> • лучше выбирать светлые цвета фона
Использование цвета	<ul style="list-style-type: none"> • на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста; • для фона и текста использовать контрастные цвета.
Анимационные эффекты	<ul style="list-style-type: none"> • анимационные эффекты использовать в учебной презентации запрещено

Представление информации

Содержание информации	<ul style="list-style-type: none"> • на слайде используют короткие слова и предложения; • заголовки должны привлекать внимание аудитории
Расположение информации на странице	<ul style="list-style-type: none"> • предпочтительно горизонтальное расположение информации; • наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана
Текстовая информация	<ul style="list-style-type: none"> • размер шрифта: 24–48 пункта (заголовки), 20–32 пунктов (обычный текст); • цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза; • тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial,Tahoma,Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем; • курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.
Способы выделения информации	<p>Следует использовать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рамки; границы, заливку; штриховку, стрелки; рисунки, • диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.

Графическая информация	<ul style="list-style-type: none"> • для наглядного отображения и сравнения данных рекомендуется использовать диаграммы; • все рисунки, диаграммы, графики должны иметь заголовки; • рисунки и диаграммы должны быть интересны, привлекательны и должны соответствовать содержанию; • рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде; • желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилового оформления; • цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда; • если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.
Объем информации	<ul style="list-style-type: none"> • не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации
Требования к оформлению заголовков	<ul style="list-style-type: none"> • точку в конце заголовка не ставить; • не следует писать длинные заголовки; • слайды не могут иметь одинаковые заголовки.
Виды слайдов	<p>Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • с текстом; • с таблицами; • с графиками; • с диаграммами.

Требования к содержанию презентации

Содержание презентации должно быть четко структурировано. Это относится как к плану устного выступления, так и к визуальным элементам.

Каждый новый слайд должен логически вытекать из предыдущего и одновременно подготавливать появление следующего (лучший способ проверить, правильно ли построена презентация, — быстро прочитать только заголовки, если после этого станет ясно, о чем презентация — значит, структура построена верно).

Слайды, сопровождающие доклад, должны обеспечить полное и точное представление материала в максимально удобной для восприятия форме в пределах отведенного времени. Они должны отражать ключевые моменты доклада, а также содержать материал, который либо трудно, либо долго описывать словами. Слайды позволяют «оживить» доклад и избежать монотонности.

Автор при изложении материала доклада должен строго следовать последовательности слайдов.

Круглый стол по теме 3: Маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия: методы, границы, цели.

Цель: обсуждение проблемной темы с применением теоретических знаний и объективных аргументов; формирование коммуникативного взаимодействия в группе.

Методика организации:

- Определение цели и содержания обсуждаемой проблемы, прогноз итогов.
- Определение узловых вопросов, по которым будет организована дискуссия (случайные, второстепенные вопросы на обсуждение не выносятся).
- Составление плана.

- Предварительное ознакомление студенческого коллектива с основными положениями обсуждаемой темы.

Методика проведения:

- Ознакомление слушателей с проблемой задачей.

Проблема: «Маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического взаимодействия: методы, границы, цели»

- Вопросы слушателям предъявляются последовательно в соответствии с планом.
- Организация обсуждения различных точек зрения по существу рассматриваемой проблемы.
- Заключение по итогам обсуждения.

В заключительном слове ведущий отмечает активность или пассивность аудитории, оценивает ответы слушателей, при необходимости аргументировано опровергает неправильные суждения, дополняет неполные ответы, делает общий вывод по результатам обсуждения, благодарит слушателей за участие в обсуждении.

Дискуссия по теме 5. Избирательные технологии.

Перечень дискуссионных вопросов:

1. Роль общественного мнения в системе российской власти и во властных отношениях развитых демократических государств.
2. Манипуляция общественным сознанием в СМИ.

В дискуссии выделяют три этапа: подготовительный, основной и этап подведения итогов и анализа.

Подготовительный этап.

Подготовительный этап, начинается за 7-10 дней до проведения дискуссии. Для подготовки и проведения дискуссии формируются группы (до пяти человек, не менее 2х), которая получает проблемные задания.

Основной этап.

Во время проведения дискуссии важны три момента: время, цель, итог. Начинается дискуссия с выступления ведущего, которое не должно продолжаться более 5-10 минут. Во выступлении ведущий должен раскрыть основные моменты темы и наметить проблемы для обсуждения.

Этапы проведения дискуссии:

1. Постановка проблемы
2. Разбивка участников на группы
3. Обсуждение проблемы в группах
4. Представление результатов перед всем классом
5. Продолжение обсуждения и подведение итогов

Приемы введения в дискуссию: изложение проблемы или описание конкретного случая; демонстрация кинофильма; демонстрация материала (объекты, иллюстративный материал, архивные материалы и т.д.); приглашение экспертов (в качестве экспертов выступают люди, достаточно хорошо осведомленные в обсуждаемых вопросах); использование текущих новостей; магнитофонные записи; инсценировка, ролевое разыгрывание какого-либо эпизода; стимулирующие вопросы – особенно вопросы типа «что?», «как?», «почему?», и т.д.

Дискуссия будет проходить в форме дебатов.

Дебаты – явно формализованное обсуждение, построенное на основе заранее фиксированных выступлений участников – представителей двух противостоящих, соперничающих команд (групп), – и опровержений. Вариантом этого вида обсуждений являются так называемые «парламентские дебаты», воспроизводящие процедуру обсуждения вопросов в Британском парламенте. В них обсуждение начинается с выступления представителей от каждой из сторон, после чего трибуна предоставляется для вопросов и комментариев участников поочередно от каждой стороны;

Этап подведения итогов и анализа дискуссии.

Общий итог в конце дискуссии – это не столько конец размышления над данной проблемой, сколько ориентир в дальнейших размышлениях, возможный отправной момент для перехода к изучению следующей темы. Важно заранее продумать форму подведения итогов, которая соответствует ходу и содержанию дискуссии. Итог может подводиться в простой форме краткого повторения хода дискуссии и основных выводов, к которым пришли группы, и определения перспектив.

Деловая игра по теме 6: Избирательные технологии

Цель: Сформировать навыки проведения избирательной кампании с использованием различных способов организации политического дискурса.

Методика организации и проведения:

Группа разбивается на малые подгруппы, которые получают задание: проведение избирательной кампании виртуального кандидата в депутаты (н-р Думы Астраханской области), представляющего различные социальные силы и политическую идеологию с использованием элементов политической пропаганды и агитации, политического PR как способов организации политического дискурса.

Презентация команды должна включать следующие элементы:

1. составить план проведения избирательной кампании;
2. сформулировать эффективные технологии построения имиджа лидера;
3. определить тактику и стратегию предвыборной борьбы;
4. провести контент-анализ конкурентного окружения.
5. Заключение по итогам презентации.

В заключительном слове ведущий отмечает активность или пассивность аудитории, оценивает ответы слушателей, при необходимости аргументировано опровергает неправильные суждения, дополняет неполные ответы, делает общий вывод по результатам обсуждения, благодарит слушателей за участие в обсуждении.

Игровой тренинг по теме 7. «Технологии принятия политических решений»

Цель: Ознакомить студентов, *во-первых*, с некоторыми причинами и механизмами возникновения политических конфликтов и, *во-вторых*, с практической логикой процессов подготовки и принятия политического решения по их устранению.

Участники тренинга:

- 1) все студенты, поделенные на три проектные группы:
группа № 1 – проект «Переустройство»,
группа № 2 – проект «Перезагрузка»,
группа № 3 – проект «Социальность»,
- 2) экспертный совет.

Этапы проведения тренинга

1. Подготовительный.

На этом этапе каждая группа работает над своим проектом на основе полученного задания. Экспертный совет знакомится с содержанием всех трех проектных заданий и вырабатывает критерии оценок для определения победителя.

2. Основной

Руководители групп знакомят аудиторию со своими заданиями, кратко раскрывают процесс подготовки проектного решения и излагают его содержание с приведением соответствующей аргументации.

По окончании представлений проектных решений руководители и члены групп отвечают на вопросы из аудитории или от членов экспертного совета.

На этот этап игрового тренинга отводится 1 час 10 мин.

3. Заключительный

Экспертный совет подводит итоги тренинга и определяет победителя игры. (20 мин.)

Оцениваются:

- Глубина усвоения проблемы, которую задано разрешить.
- Глубина понимания сущности и особенности политического решения, а также процессов его подготовки и принятия.
- Соответствие практических действий группы необходимой логической последовательности процесса подготовки и принятия политического решения.
- Социально-политическое содержание итоговой цели представленного проектного решения.
- Лаконичность, точность и четкость формулировок, убедительность аргументации в защите проекта.
- Корректность в процессе интерактивного взаимодействия во время игры.

Содержание заданий

1. Одним из проблемных факторов и потенциальных источников политических конфликтов в Российской Федерации является смешанный принцип ее построения: одна часть субъектов Федерации образуется по административно-территориальному принципу (области, края, два города федерального значения), другая – по национально-территориальному (национальные республики, автономные округа). В предлагаемых проектах реформирования устройства РФ доминируют две полярные концепции:

- а) построения федерации национальных государств с преимущественными правами титульных наций;
- б) «губернизации России», то есть выделения субъектов Федерации (губерний) исключительно по административно-территориальному принципу с минимально возможным учетом этнической специфики регионов.

Оцените «плюсы» и «минусы» указанных концепций, возможные последствия их реализации. Составьте свой проект реформирования федерального устройства Российской Федерации.

2. В 1966 году генерал Дуглас Мак-Артур отметил: «Современная напряженность с ее угрозой национальной аннигиляции сохраняется из-за двух величайших иллюзий. Первая – полная убежденность со стороны советского лагеря, что капиталистические страны готовятся напасть на них; что рано или поздно мы собираемся нанести удар. А вторая – полная убежденность со стороны капиталистических стран, что Советы готовятся напасть на нас; что рано или поздно они собираются нанести удар».

Являются ли такие «иллюзии» межгруппового восприятия неизбежными? Почему? Каковы механизмы их возникновения? Приведите примеры таких иллюзий из современной практики. Какие средства можно предложить для их устранения?

3. Знаменитый арабский философ XIV века Ибн-Хальдун остроумно определял государство как институт, пресекающий любую несправедливость, кроме той, которую творит оно само.

Сохранило ли это определение свою актуальность и сегодня? Как проявляются в современном мире конфликты государства и общества? Какие существуют способы их предотвращения?

Тестирование № 1.

1. Совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на оптимальную и наиболее эффективную реализацию политических целей и задач конкретного субъекта в определенное время и в определенном месте называется:
 - а) политической технологией
 - б) политической коммуникацией

- в) политический процесс
2. Как называется модель коммуникационного процесса, разработанная Шенноном и Уивером:
- а) мысленная
 - б) лингвистическая
 - в) информационно-математическая
3. Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:
- а) Ясисрс
 - б) Винер
 - в) Гутенберг
4. Аналитические подразделения властных структур, крупные исследовательские центры, коммерческие аналитические центры являются по отношению к политическому анализу:
- а) субъектами
 - б) объектами
 - в) контрагентами
5. В восприятии «электората» глубина понимания кандидатом проблем, стоящих перед обществом в данный отрезок времени; готовность брать на себя ответственность за их решение; ценностно- нравственный ореол являются главными компонентами:
- а) рекламы
 - б) имиджа
 - в) информации
6. Дезинформирование выступает составной частью технологий:
- а) манипулятивных
 - б) серых
 - в) желтых
7. Избирательная система, основанная на том, что мандаты распределяются между партиями в соответствии с числом голосов, поданных за каждую из них, называется:
- а) мажоритарной
 - б) пропорциональной
 - в) смешанной
8. Избирательная система, сущность которой заключается в том, что депутатские места в каждом округе достаются кандидату, собравшему установленное большинство голосов, а остальные кандидаты, как и стоящие за ними политические силы, не набравшие нужного количества голосов, остаются не представленными в органах власти, называется:
- а) мажоритарной
 - б) пропорциональной
 - в) смешанной
9. Информационные технологии агитационно-пропагандистского типа в целом направлены на контроль за людьми и их:
- а) эмоциями и чувствами
 - б) сознанием и поведением
 - в) позицией и отношением
10. Консультирование, рассчитанное на получение новой информации от участников игры, сведений, способных привести к принятию или уточнению решений, представляет собой модель:
- а) инновационную
 - б) традиционную
 - в) диалоговую
11. Метод экспертных оценок, при котором эксперты самостоятельно отвечают на предложенные вопросы, представляя свои ответы на бумаге, называется методом:
- а) Сороса

- б) Истона
в) Дельфи
12. Общественное мнение, управленческие структуры, зарубежное общественное мнение, международные организации и т.д. на информационном рынке являются для государства:
- а) агентами
б) контрагентами
в) союзниками
13. Объем информации, агитационная направленность которой в основном не осознается как таковая, неявная пропаганда политических фигур или группировок в рамках информирования об их действиях — политическая реклама
- а) косвенная
б) прямая
в) манипулятивная
14. Один из основных видов непосредственной агитации членами команды кандидата, в ходе которой убеждают избирателей голосовать за кандидата другие такие же, как и они, граждане на доступном для их понимания языке, используя привычную для них аргументацию, — это технология..
- а) манипулятивная
б) "от двери к двери"
в) массовая
15. Особого вида информационное воздействие, направленное на сокрытие коммуникатором собственных целей, но при этом возбуждающим у реципиента намерения, совпадающие не с его собственными желаниями, а с интересами данного коммуникатора, называется технологией:
- а) косвенной
б) прямой
в) манипулятивной
16. Процесс сообщения информации с помощью технических средств (печати, радио, телевидения, электронных СМИ) численно большим аудиториям — это коммуникация ...
- а) косвенная
б) прямая
в) манипулятивная
г) массовая
17. СМИ, Интернет, создание общественных движений, лекции и публичные выступления, “слухи” — это классификация политической рекламы по ...
- а) средствам (каналам) воздействия
б) институтам
г) по субъектам
18. Встреча журналистов с представителями государственных учреждений, общественно-политических организаций, коммерческих структур, имеющая целью предоставить СМИ фактографическую, проблемную и комментирующую информацию о презентуемом проекте — это:
- а) дебаты
б) митинг
в) пресс-конференция

№ теста	Правильный вариант	№ теста	Правильный вариант	№ теста	Правильный вариант	№ теста	Правильный вариант
1	а	6	а	11	в	16	г
2	в	7	б	12	б	17	а

3	в	8	а	13	а	18	в
4	а	9	б	14	б		
5	б	10	а	15	в		

Вопросы для зачета по курсу «Политические коммуникации»

1. Понятие политической коммуникативистики как науки и исторические и цивилизационные условия формирования политических коммуникаций.
2. Способы и средства политической коммуникации.
3. Функции и структура политической коммуникации.
4. Основные теории политической коммуникации.
5. Теории политических коммуникаций
6. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект.
7. Модели политической коммуникации.
8. Типология политических коммуникаций.
9. Маркетинговые и немаркетинговые способы организации политического дискурса.
10. Понятие, информационное содержание и характерные черты политического рынка.
11. Сущность и отличительные особенности пропаганды и агитации как разновидности немаркетинговых коммуникаций.
12. Синтетические способы организации политического дискурса.
13. Принципы, типы и методы информационного лоббизма.
14. Политический терроризм: радикальные формы политического маркетинга.
15. Политический маркетинг: концепции и технологии.
16. Понятие, сущностные характеристики политических технологий.
17. Типы и виды политических технологий.
18. Способы формирования и этапы политических технологий.
19. Рынок политических технологий в России и мире.
20. Формы использования СМИ в политических технологиях.
21. Конструирование мифов как политическая технология. Методы психотехнологий.
22. Использование сети Интернет как информационной технологии в современной России и мире.
23. Понятие «избирательные технологии»: особенности, разновидности, модели.
24. Понятие и сущность политического PR. Отличительные особенности политического PR как маркетинговой коммуникации.
25. Субъекты и объекты политического PR. Модели, структура и функции PR.
26. Основные PR технологии. Типология PR. Неэтические формы политического PR.
27. Понятие и сущность политической рекламы, ее роль в избирательном процессе.
28. Манипулирование технологии в политической и социальной сферах.
29. Классические модели электорального поведения и основные факторы электорального поведения.
30. Разработка и принятие политических решений. Принятие решений в сфере государственного управления.
31. Уровни и этапы принятия политических решений. Основные государственные и политические институты, связанные с процессом принятия политического решения.
32. Роль институтов гражданского общества в принятии политических решений.
33. Оценка эффективности государственных и политических решений.
34. Понятие и основные измерения политического анализа.
35. Определение уровней политического анализа, их специфика и соотношение.

36. Методология аналитической деятельности. Аналитические технологии.
 37. Понятие политического консалтинга. Политическое консультирование: характерные черты, типы, виды и формы. Специфика политического консультирования.
 38. Технологии политического консультирования.

Таблица 9 - Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции				
-Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4).				
1.	Задание закрытого типа	Что такое политический брендинг: а) создание логотипа для политической партии б) формирование узнаваемого образа политика или политической партии в) продажа товаров с символикой политических партий г) разработка слоганов для избирательных кампаний	б	1
2.		Что такое «фокус-группа» в контексте политических технологий: а) группа политических аналитиков, изучающих общественное мнение; б) команда людей, занимающаяся политической рекламой; в) метод опроса, при котором люди обсуждают определенную тему или проблему для анализа их мнений; г) группа избирателей для участия в пилотных проектах	в	1
3.		Какая цель политического консалтинга: а) повышение общественного сознания б) представление экспертных оценок и рекомендаций для политических кампаний в) обучение политиков	б	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		публичному выступлению г) разработка экономических программ для политических партий		
4.		Совокупность приемов методов способов процедур которые использует субъект политической деятельности а) политическая борьба б) избирательные технологии в) политическое волеизъявление г) политические технологии	г	1
5.		Основное отличие политической рекламы от рекламы коммерческой заключается в том что первая: а) требует больших финансовых средств б) создает позитивные эмоции в) регламентируется законодательством г) нацелена на конкретный результат, жёстко зафиксированный во времени	г	1
6.	Задание открытого типа	Вид коммуникации, для которого характерно распространение информации и её влияние на общество посредством печати, телевидения, радио, кино и т.д.:	массовая	1
7.		специфический обмен информацией, в результате которого происходит процесс передачи информации интеллектуального и эмоционального содержания от отправителя к получателю – это:	коммуникация	1
8.		Коммуникация между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии, называется	горизонтальной	1
9.		Взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения — это функция коммуникации.....	Интерактивная	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
10.		Иерархия потребностей позволяет понять природу мотивации поведения человека и объясняет изменение установок – это основная идея ученого.....	А.Маслоу	1

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

За все виды аудиторной и самостоятельной работы студенты получают баллы, которые при суммировании должны дать возможность студенту получить зачетную оценку от 60 до 100 баллов.

Критерии оценки знаний студентов:

- умение самостоятельно (без чтения конспекта) демонстрировать теоретические знания;
- умение делать умозаключения;
- активность в процессе дополнения и обсуждения вопросов семинара;
- качество подготовки и демонстрации презентаций, исследований;
- итоги тестирования.

Успех в изучении дисциплины складывается благодаря владению навыками конспектирования лекций и учебной информации, а так же умениями смыслового (содержательного), а не механического запоминания материала. Понимание смысла – основа усвоения научной информации в процессе вузовского образования.

Таблица 10 - Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине(модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1	<i>Ответ на занятия</i>	4	75	До конца семестра
2	<i>Выполнение интерактивных заданий</i>	2	15	До конца семестра
3	...			
Всего			90	-
Блок бонусов				
1	<i>Посещение занятий</i>		5	
2	<i>Своевременное выполнение всех заданий</i>		5	
3	...			
Всего			10	-
Дополнительный блок отсутствует				

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
	<i>Зачет</i>		-	
Всего			-	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 - Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
<i>Опоздание на занятие</i>	10
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	10
<i>Неготовность к занятию</i>	50
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	Отработка пройденной темы
...	

Таблица 12 - Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) Основная литература:

1. Политические коммуникации: учебное пособие для студентов вузов / Петрунин Ю.Ю. и др.; под ред. А.И. Соловьева. М.: Аспект Пресс, 2004. 332 с.
2. Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии: учебник для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2000.
3. Грачев М.Н. Политические коммуникации: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н. Грачев. М.: Прометей, 2004..
4. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998.

б) Дополнительная литература:

5. Ахременко А.С. Политический анализ и прогнозирование. М.: Гардарики, 2006.
6. Дегтярёв А.А. Принятие политических решений: Учебное пособие. М.: КДУ, 2004.
7. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. М.: Гардарики, 2007.

8. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии / Е. Г. Морозова. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 1999.
9. Анохин М.Г. Авангардные информационные технологии PR: возможности и перспективы / М. Г. Анохин, М. Ю. Павлютекова // Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского. М.: Изд-во РАГС, 2001.
10. Подгорная Л.Д. Политическая реклама как форма коммуникации современного общества / Л. Д. Подгорная // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2006. № 8. С. 85–94 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/81497>.
11. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика: учебное пособие. Юнити-Дана, 2012.
12. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П. Бочаров. М.: НИЦ Инфра-М, 2013. 329 с.
13. Березкина О. П. Политический консалтинг: учебник для вузов / О. П. Березкина. М. : Академия, 2008.
14. Туронок С.Г. Политический анализ: Курс лекций: Учебное пособие. М.: Дело, 2005.
15. Лабуш, Н. С. Медиатизация экстремальных форм политического процесса : война, революция, терроризм : учебное пособие / Н. С. Лабуш, А. С. Пую. СПб : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. - 340 с. - ISBN 978-5-288-05944-5. Текст : электронный. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080921> (дата обращения: 23.09.2020).

в) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины (модуля)

– www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для проведения занятий по дисциплине имеются лекционные аудитории, оборудованные мультимедийной техникой с возможностью презентации обучающих материалов; аудитории для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью; библиотека с местами, оборудованными компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).