

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филологический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПИАР»

Кафедра печатных СМИ филологического факультета

Образовательная программа
42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) программы
Политическая журналистика

Уровень высшего образования
Магистратура

Форма обучения
Очная, заочная

Статус дисциплины:
входит в часть ОПОП,
формируемую участниками образовательных отношений

Махачкала, 2020

Рабочая программа дисциплины «Политический пиар» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень - Магистратура)

от « 8 » июня 2017 г. № 529

Разработчик: к.ф.н., доцент кафедры печатных СМИ Магомедов Г.А.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры печатных СМИ от «14» 02 2020г., протокол № ____
Зав. кафедрой [подпись] /Магомедов Г.А./

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «19»
03 2020 г. протокол № ____
Председатель [подпись] /Горбанева А.Н./

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «20» 03 2020 г.
Начальник УМУ [подпись] Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Политический пиар» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП магистратуры по направлению 42.04.02. Журналистика.

Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой печатных СМИ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением современных PR технологий, основных стратегий и тактик PR, используемых при проведении избирательных компаний.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций магистранта: универсальных – УК-1, общепрофессиональных – ОПК-5, профессиональных – ПК-6.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: контрольных работ, презентаций, итогового контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 108.

Объем дисциплины в очной форме

Семестр	Учебные занятия, в том числе контактная работа учащихся с преподавателем Из них						Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Всего	лекции	Лаб.	Практич.	Конс.	СРС, в том числе экзамен	
2	108	6		12		54	Экзамен -36

Объем дисциплины в заочной форме

Семестр	Учебные занятия, в том числе контактная работа учащихся с преподавателем Из них						Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Всего	лекции	Лаб.	Практич.	Конс.	СРС, в том числе экзамен	
2	108	4		6		89	Экзамен -9

1.Цели освоения дисциплины.

Цель курса «Политический пиар» - сформировать у студентов систему знаний, умений и навыков в области организации связей с общественностью и связей с государственными и муниципальными органами власти.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры.

Дисциплина «Политический пиар» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения следующих дисциплин: «Правовых основ журналистики», «Актуальные проблемы современной науки и журналистика», «Нормативно-правовое регулирования деятельности СМИ», «Основы рекламы и PR».

3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПООП (при наличии))	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
Универсальные компетенции (УК) УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Знает особенности системного и критического мышления; парадигмы развития современной науки и место журналистики в системе этих парадигм.	Знает: виды, методы и концепции критического анализа Умеет: применять виды методы и концепции, критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях Владеет: основными принципами,	Устный опрос

	УК-1.2. Умеет анализировать и исследовать различные направления деятельности и контента современных СМИ в социокультурном аспекте, использовать эти знания в профессиональной деятельности; самостоятельно проводить исследование актуальной проблемы; демонстрировать наличие логики рассуждений и высказываний. УК-1.3. Владеет основами методологии научного познания и изложения материала; навыками применения на практике последовательного и грамотного, устного и письменного изложения своих мыслей.	определяющими целью и стратегию решения сложных ситуаций. Знает: различные направления деятельности и контента современных СМИ в социокультурном аспекте. Умеет: использовать эти знания в профессиональной деятельности; самостоятельно проводить исследование актуальной проблемы. Владеет: логикой рассуждений и высказываний Знает: основы методологии научного познания и изложения материала Умеет: использовать свои знания при изложении материала Владеет: навыками применения на практике последовательного	
--	---	--	--

		и грамотного, устного и письменного изложения своих мыслей.	
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Умеет: выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Владеет: навыками осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной	Письменный опрос

	ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакommunikационной системы.	медиакommunikационной системы. Знает: все возможные условия медиакommunikационной системы. Умеет: использовать свои знания на практике. Владеет: способностями моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакommunikационной системы.	
ПК-6. Способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПК-6.1. Знает основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа.	Знает: направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа. Умеет: использовать знания в профессиональной деятельности. Владеет: навыками использования знаний при решении конкретных задач.	Письменный опрос

	ПК-6.2. Определяет поле исследования, разрабатывает или адаптирует методологию. ПК-6.3. Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, и формулирует полученные результаты. ПК-6.4. Формирует научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами.	Знает: поле исследования. Умеет: определять поле исследования и адаптировать методологию. Владеет: способностью не только адаптировать методологию, но и разрабатывать свою. Знает: как анализировать информацию. Умеет: использовать при анализе информации свою методику. Владеет: способностью, используя знания и умения, формулировать полученные результаты. Знает: правила и формата формулировки научного текста. Умеет: формулировать научный текст. Владеет:	
--	---	--	--

		мастерством формулировки научного текста в соответствии с правилами и форматами.	
--	--	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в очной форме

№	Разделы и темы дисц.	Сем	недел я	Виды учебной работы, включая самост. раб. студентов и трудоемкость (в часах)	Сам . раб .	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям сем.) Форма промежуточ. аттест. (по семест.)
				Лек. Пр. Лаб. Конт.сам.		
Модуль 1. Место и роль PR в политике						
1.	Место и роль СМИ в политической системе общества.			2 2	8	
2.	Массовая информационно - коммуникационная система.			2 2	8	
3.	Политический консалтинг в СМИ.			2	10	
	Итого по модулю 1:			4 6	26	
Модуль 2. Политический PR в СМИ						
1.	Политическая реклама и информационны			2 2	8	

	й лоббизм в СМИ.					
2.	Политический PR в СМИ.			2	10	
3.	Политический маркетинг в СМИ			2	10	
	Итого по модулю 2			2 6	28	
	Модуль 3					
	Подготовка к экзамену					36
	Итого: 108			6 12	54	36

4.2.3. Структура дисциплины в заочной форме

№	Разделы и темы дисц.	Сем	недел я	Виды учебной работы, включая самост. и раб.студентов и трудоемкость (в часах) Лек. Пр. Лаб. Конт.сам.	Сам .раб .	Формы текущего контроля успеваемости(по неделям сем.) Форма промежуточ. аттест. (по семест.)
	Модуль 1. Место и роль PR в политике					
1.	Место и роль СМИ в политической системе общества.			2	18	
2.	Массовая информационно - коммуникацион ная система.			2	18	
3.	Политический консалтинг в СМИ.				10	
	Итого по модулю1:			2 2	46	
	Модуль 2. Политический PR в СМИ					

1.	Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ.			2	2	18	
2.	Политический PR в СМИ.				2	12	
3.	Политический маркетинг в СМИ					13	
	Итого по модулю 2			2	4	38	
	Модуль 3						
	Подготовка к экзамену						9
	Итого: 108			4	6	89	9

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Место и роль PR в политике

Тема 1. Место и роль СМИ в политической системе общества

Понятия «политика», «политическая сфера», «политические отношения», «политическая идеология», «политические организации», «политическая деятельность». Политический процесс и политическая система. Сущность, содержание и структура политического процесса. Политическая система: характеристика, функции, компоненты. Особенности политического процесса в современной России. СМИ как инструмент политики и «четвертая власть». Информационно- идеологические функции СМИ. Формы, методы и принципы участия СМИ в политической деятельности. Типология СМИ по политическим признакам.

Политические коммуникации: сущность и функции. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики. Теории политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникационных процессов. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики: сущность и типология. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей. Информационно-коммуникационные системы.

Тема 2. Массовая информационно-коммуникационная система

Маркетинговые способы организации политического дискурса. Политические партии. Политические программы. Политический рынок в

России: концепции, специфика, динамика развития. Конкурентная борьба в политике. Предвыборная политическая борьба. Политический маркетинг: концепции и технологии. Политический «терроризм»: радикальные формы политического маркетинга. Методы политического маркетинга: анализ СМИ, анализ имиджа, анализ аудитории. Реклама и PR в СМИ как маркетинговые коммуникации.

Содержание и признаки массовых информационных процессов. Закономерные тенденции формирования и функционирования массово-информационных процессов. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы. Сущность и функции политического дискурса. Особенности информационной пропаганды и агитации. Политические функции СМИ. СМИ и общественное мнение. Политическая журналистика. Политическая информация.

Модуль 2. Политический PR в СМИ

Тема 1. Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ

Рекламная деятельность в СМИ. Политическая реклама. Процесс производства рекламной продукции в политике: формы, методы, средства.

Виды политической рекламы. Копирайтинг. «Черная» реклама в СМИ. «Джинса» или «скрытая» реклама в СМИ. Информационный лоббизм в СМИ. Понятие и содержание информационной кампании. Структура и механизм информационной кампании. Модели политической избирательной кампании: ретроспективная, актуальная, потенциальная. Их специфика и отличительные черты технологий.

Тема 2. Политический PR в СМИ

PR-технологии в политике. Место политического консалтинга и PR в системе связей с общественностью. Национальные модели политического консалтинга и PR. PR и имиджмейкинг. Психология PR и психологические аспекты имиджа политика. Основные технологические аспекты политического PR. PR-структуры как компонент организации политического консалтинга. Спич-райтер.

Медиа-рилейшнз: понятие. Содержание и механизм функционирования.

PR: методы работы со СМИ. Цели, задачи и составляющие работы со СМИ. Систематизация, архивирование и анализ информации. Манипулирование общественным сознанием и общественным мнением. Дезинформация. Противодействие «черному» PR и «джинсе». Пресс-служба (пресс-центр). Пресс-секретарь. Пресс-конференция. Брифинг. Презентация. Медиа-карта. Методы проведения политической рекламной и PR-кампании в СМИ. Медиапланирование.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Тема 1. Место и роль СМИ в политической системе общества

1. Политический процесс и политическая система.
2. Сущность, содержание и структура политического процесса.
3. Политическая система: характеристика, функции, компоненты.
4. Особенности политического процесса в современной России.
5. СМИ как инструмент политики и «четвертая власть».
6. Информационно- идеологические функции СМИ.

Тема 2. Массовая информационно-коммуникационная система

1. Содержание и признаки массовых информационных процессов.
2. Закономерные тенденции формирования и функционирования массово-информационных процессов.
3. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы.
4. Сущность и функции политического дискурса.
5. Особенности информационной пропаганды и агитации.
6. Политические функции СМИ.

Тема 3. Политический консалтинг в СМИ

1. Политический консалтинг: историческая ретроспектива.
2. Политическая культура и политический консалтинг.
3. Культурологические аспекты политики.
4. Политическое консультирование.
5. Политическое управление, политический консалтинг и стиль лидерства в политике.

Тема 4. Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ

1. Рекламная деятельность в СМИ.
2. Политическая реклама. Виды.
3. Процесс производства рекламной продукции в политике: формы, методы, средства.
4. Копирайтинг.
5. «Черная» реклама в СМИ.

Тема 5. Политический PR в СМИ

1. PR-технологии в политике.
2. Место политического консалтинга и PR в системе связей с общественностью.
3. Национальные модели политического консалтинга и PR.
4. PR и имиджмейкинг.
5. Психология PR и психологические аспекты имиджа политика.

Тема 4. Политический маркетинг в СМИ

1. Маркетинговые способы организации политического дискурса.
2. Политический рынок в России: концепции, специфика, динамика развития.
3. Конкурентная борьба в политике.
4. Предвыборная политическая борьба.
5. Политический маркетинг: концепции и технологии.

5. Образовательные технологии.

Преподавание дисциплины сочетает лекции и семинарские занятия, лекции, используемые на парах, делятся на информационные, проблемные и лекции с опорой на самостоятельно подобранную информацию о данной проблеме. Семинарские занятия проводятся как в традиционной форме, так и в форме выступлений магистрантов с докладами, дискуссий по той или иной проблеме, теме, разработки своих собственных исследований, которые должны быть представлены на занятии. Студент должен уметь защищать свою позицию и мнение, приводя верные аргументы. Кроме того, важное место в проведении самостоятельной работы занимает работа в малых группах, когда магистранты пытаются создать, опираясь на знания, полученные на лекциях и самостоятельно, положительный или отрицательный имидж политика.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа является составной частью процесса качественного и полного усвоения учебной программы по курсу и тесно связано с лекционными и практическими занятиями. В ходе самостоятельной работы, магистранты изучают менее трудные темы и вопросы, которые с достаточной степенью глубины и полноты освещены в соответствующих учебниках, учебных пособиях, монографиях и учебных статьях.

При проработке конкретной темы магистранту необходимо внимательно прочесть первоисточники и рекомендованную литературу, уяснить авторскую концепцию, систему аргументации и структуры материала, после чего делать конспект полученной информации в виде кратких тезисов. Следует также сопоставить полученные в результате самостоятельной работы знания с содержанием аудиторных занятий.

При подготовке к зачету магистранту необходимо тщательно повторить весь материал курса, изученный в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студент должен написать реферат, который должен защитить на семинарском занятии.

№	Название темы	Кол-во	Форма самостоятельной
---	---------------	--------	-----------------------

		часов	работы
Модуль 1. Место и роль PR в политике			
1.	Место и роль СМИ в политической системе общества.	8	Реферирование рекомендованной литературы (см. Пункт 8 учебной программы)
2.	Массовая информационно-коммуникационная система.	8	Выполнение заданий поисково-исследовательского характера (типологический анализ республиканской прессы)
3.	Политический консалтинг в СМИ.	10	Контент-анализ ряда федеральных и региональных изданий
Итого по мод. 1: 26 часов			
Модуль 2. Политический PR в СМИ			
4.	Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ.	8	Подготовка докладов, сообщений, рефератов (см. примерные темы в Пункте 7.2. учебной программы)
5.	Политический PR в СМИ.	10	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
6.	Политический маркетинг в СМИ	10	Подготовка презентаций
Итого по мод. 2: 28 часов			
ВСЕГО: 54 ч.			

Самостоятельная работа для студентов заочной формы обучения.

№	Название темы	Кол-во часов	Форма самостоятельной работы
Модуль 1. Место и роль PR в политике			
1.	Место и роль СМИ в политической системе общества.	18	Реферирование рекомендованной литературы (см. Пункт 8 учебной программы)
2.	Массовая информационно-коммуникационная система.	18	Выполнение заданий поисково-исследовательского характера (типологический анализ

			республиканской прессы)
3.	Политический консалтинг в СМИ.	10	Контент-анализ ряда федеральных и региональных изданий
Итого по мод. 1: 46 часов			
Модуль 2. Политический PR в СМИ			
4.	Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ.	18	Подготовка докладов, сообщений, рефератов (см. примерные темы в Пункте 7.2. учебной программы)
5.	Политический PR в СМИ.	12	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
6.	Политический маркетинг в СМИ	13	Подготовка презентаций
Итого по мод. 2: 43 часов			
ВСЕГО: 89 ч.			

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1.Типовые контрольные задания

Темы контрольных работ

1. Происхождение и развитие международного гуманитарного права.
2. История зарождения международного гуманитарного права.
3. Соотношение положений международного гуманитарного права и законов о правах человека. Женевские конвенции 1949 г. и Дополнительные протоколы к ним 1977 г.
4. Эволюция вооруженных конфликтов в XX в.
5. Международное гуманитарное право и защита жертв вооруженных конфликтов.
6. Положение о гражданском населении в международном гуманитарном праве.
7. Оказание гуманитарной помощи военнопленным и раненым.
8. Защита беженцев и перемещенных лиц.
9. Применение международного гуманитарного права.
10. Последствия нарушения гуманитарного права.
11. Коллективная ответственность государств за соблюдение норм гуманитарного права.

12. Индивидуальная ответственность за нарушения.
13. Деятельность Международного трибунала по военным преступлениям.
14. Освещение в СМИ вооруженных конфликтов и вопросов гуманитарного характера.
15. Роль и ответственность СМИ при освещении международных и внутренних вооруженных конфликтов.

Темы рефератов

1. Сравнительный анализ российских и западных традиций в освещении вооруженных конфликтов и гуманитарных проблем.
2. Телевидение и вооруженный конфликт.
3. Роль телевидения в освещении вооруженных конфликтов и гуманитарных проблем во второй половине XX в. Вьетнам: первая телевойна.
4. Телекомпания CNN и ее опыт освещения вооруженных конфликтов.
5. Освещение вооруженных конфликтов на российском телевидении.
6. Работа журналиста в зоне вооруженного конфликта.
7. Международное гуманитарное право о защите журналистов, находящихся в опасных командировках.
8. Необходимая подготовка для командировки в зону вооруженного конфликта.
9. Экипировка.
10. Порядок аккредитации в зоне вооруженного конфликта.
11. Вопрос определения статуса журналиста, находящегося в зоне вооруженного конфликта. Принципы получения информации.
12. Секретная информация, конфиденциальная информация и порядок работы с ней.
13. Журналистское удостоверение, одежда, символика, опознавательные знаки.
14. Перемещение в зоне вооруженного конфликта.
15. Использование средств связи и способ передачи информации в редакцию.
16. Использование бронежилетов и иных средств защиты.
17. Журналист и оружие.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Место и роль СМИ в политической системе общества.
2. Политический процесс и политическая система.
3. СМИ как инструмент политики и «четвертая власть».
4. Информационно- идеологические функции СМИ.
5. Формы, методы и принципы участия СМИ в политической

деятельности.

6. Типология СМИ по политическим признакам.
7. Политические коммуникации в системе масс-медиа.
8. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики.
9. Уровни информационно-коммуникационных процессов.
10. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики: сущность и типология.
11. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей.
12. Информационно-коммуникационные системы.
13. Массовая информационно-коммуникационная система.
14. Содержание и признаки массовых информационных процессов.
15. Закономерные тенденции формирования и функционирования массово-информационных процессов.
16. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы.
17. Сущность и функции политического дискурса.
18. Особенности информационной пропаганды и агитации.
19. Политические функции СМИ. СМИ и общественное мнение.
20. Политическая журналистика.
21. Политическая информация.
22. Политический маркетинг в СМИ.
23. Маркетинговые способы организации политического дискурса.
24. Политический рынок в России: концепции, специфика, динамика развития.
25. Конкурентная борьба в политике и СМИ.
26. Предвыборная политическая борьба и СМИ.
27. Политический маркетинг: концепции и технологии.
28. Политический «терроризм»: радикальные формы политического маркетинга.
29. Методы политического маркетинга: анализ СМИ, анализ имиджа, анализ аудитории.
30. Реклама и PR в СМИ как маркетинговые коммуникации.
31. Медиаисследования.
32. Политическая реклама в СМИ.
33. Информационный лоббизм в СМИ.
34. Копирайтинг.
35. «Черная» реклама в СМИ.
36. «Джинса» или «скрытая» реклама в СМИ.
37. Понятие и содержание информационной кампании.
38. Структура и механизм информационной кампании.
39. Модели политической избирательной кампании: ретроспективная, актуальная, потенциальная.
40. Специфика и отличительные черты избирательных технологий.

41. Политический консалтинг в СМИ: историческая ретроспектива.
42. Политическая культура и политический консалтинг.
43. Культурологические аспекты политики.
44. Политическое консультирование.
45. Политическое управление, политический консалтинг и стиль лидерства в политике.
46. Политический имиджмейкинг.
47. Цели и задачи имиджмейкера в масс-медиа.
48. Формы, методы и средства деятельности имиджмейкера в политике.
49. Имидж политического лидера и СМИ.
50. Политический PR в СМИ.
51. PR-технологии в политике.
52. Место политического консалтинга и PR в системе связей с общественностью.
53. Национальные модели политического консалтинга и PR.
54. PR и имиджмейкинг.
55. Психология PR и психологические аспекты имиджа политика.
56. Основные технологические аспекты политического PR.
57. PR-структуры как компонент организации политического консалтинга.
58. Спич-райтер.
59. Технологии политического консалтинга в СМИ.
60. Позиционирование в политическом консалтинге.
61. Метод выделения из множества.
62. Метод отстройки от конкурентов.
63. Информационный повод.
64. Информационный «голод».
65. Формирование «повестки дня».
66. Понятие «грязная политика».
67. Метод «раскрутки» темы.
68. Метод «удушения» темы.
69. Компромат и «информационные войны».
70. Слухи и домыслы как метод борьбы.
71. Метод умышленной путаницы и подтасовки фактов.
72. Метод «бытового хамства».
73. «Черный юмор».
74. «Серый, желтый, красный PR».
75. Медиа-рилейшнз: понятие, содержание и механизм функционирования.
76. PR: методы работы со СМИ.
77. Цели, задачи и составляющие работы со СМИ.
78. Систематизация, архивирование и анализ информации.
79. Манипулирование общественным сознанием и общественным

мнением.

80. Дезинформация как метод политтехнологий в СМИю
81. Противодействие «черному» PR и «джинсе».
82. Пресс-служба (пресс-центр): структура и направления деятельности.
83. Пресс-секретарь: функции и обязанности
84. Пресс-конференция: подготовка и проведение.
85. Брифинг.
86. Презентация: виды, организация и проведение.
87. Медиа-карта.
88. Методы проведения политической рекламной и PR-кампании в СМИ.
89. Медиапланирование.
90. Интернет-коммуникации и технологии в политике.
91. Политический генезис Интернета.
92. Политическая роль Интернет-технологий.
93. Политический сайт.
94. Политический блог.
95. Электронное правительство.
96. Информационное обеспечение государственной политики.
97. Современные технические и технологические средства обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере.
98. Возникновение и развитие Интернет-технологий.
99. Коммуникационный потенциал Интернета в сфере политических отношений.

Темы для самостоятельной работы

1. Место и роль СМИ в политической системе общества.
2. Политический процесс и политическая система.
3. СМИ как инструмент политики и «четвертая власть».
4. Информационно- идеологические функции СМИ.
5. Формы, методы и принципы участия СМИ в политической деятельности.
6. Типология СМИ по политическим признакам.
7. Политические коммуникации в системе масс-медиа.
8. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики.
9. Уровни информационно-коммуникационных процессов.
10. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики: сущность и типология.
11. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей.
12. Информационно-коммуникационные системы.
13. Массовая информационно-коммуникационная система.

14. Содержание и признаки массовых информационных процессов.
15. Закономерные тенденции формирования и функционирования массово-информационных процессов.
16. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы.
17. Сущность и функции политического дискурса.
18. Особенности информационной пропаганды и агитации.
19. Политические функции СМИ. СМИ и общественное мнение.
20. Политическая журналистика.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 30% и промежуточного контроля- 70%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий
- участие на практических занятиях
- защиты рефератов

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос
- письменная контрольная работа
- творческое задание

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ. – М.: Академия, 2009. – 240с.
2. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба- СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 256с.
3. Гринберг Политические технологии: PR и реклама. -М., 2013, - 317 с.

Дополнительна литература:

1. Егорова –Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. – М.: Николо-Медиа, 2002.
2. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – СПб.: Питер, 2006. -160с.

3. Кочеткова А.В., Тарасов А.С. Современная пресс-служба. – М.: Эксмо, 2009. – 272с.
4. Лукашев А.В., Пониделко А.В. Анатомия демократии, или Черный PR как инструмент гражданского общества. – СПб.: ИД «Бизнес-Пресса», 2001. – 270с.
5. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учеб.пособие. – М.: вузовский учебник, 2009. – 205с.
6. Медведев Е.В. Рекламная коммуникация: М.: Едиториал, УРСС, 2004. – 280с.
7. Мрочко Л.В., Шевченко Д.А. Реклама в системе массовых коммуникаций: Учеб.пособие. – М.: МГОУ, 2009. – 200с.
8. Нежданов Д.В. Политический маркетинг: вчера, сегодня, завтра. – СПб.: Питер, 2004. – 160с.
9. Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. – М.: Весь Мир, 2008. – 352с.
10. Политические коммуникации: Учеб.пособие / Под ред. А.И.Соловьева. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 332с.
11. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – 544с.
12. Ольшанский Д.В., Пеньков В.Ф. Политический консалтинг: Учеб.пособие. – СПб.: Питер, 2005. – 448с.
13. СМИ и политика. Под ред. Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 256с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. <http://www.pr.dialog.com>. – профессиональный научно-популярный журнал
2. <http://www.sovetnik.ru> – профессиональный портал специалистов по связям с общественностью
3. <http://www.raso.ru> – Российская ассоциация по связям с общественностью
4. <http://www.advertology.ru> - тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу
5. <http://www.fom.ru> – Фонд общественного мнения

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Магистрант должен обладать широкими профессиональными качествами, в том числе к способности к самообразованию и к саморазвитию.

Формирование этих качеств являются обязательными компонентами учебно-воспитательного процесса в университете. В решении этой задачи значительная роль отводится самостоятельной работе как одной из важнейших видов учебной деятельности магистранта. Наряду с лекциями и практическими занятиями самостоятельная работа составляет система университетского образования.

Самостоятельная работа должна занимать примерно половину учебного времени магистранта и включает следующие виды деятельности: проработка лекционного материала, написание рефератов и докладов, подготовка презентаций, работа в мастер-классах, «круглых столах», выполнение контрольных работ, изучение по первоисточникам и учебникам программного материала, не изложенного в лекциях, научно-исследовательская работа и т.д.

Самостоятельная работа по теме должна помочь приобрести соответствующие знания и умения:

1. уметь определять факторы, оказывающие влияние на политические, экономические и иного рода процессы;
2. понимать значение и роль средств массовой информации для социально-экономического, политического, культурного развития нашей страны;
3. понимать значения внешних факторов воздействия на политическую и экономическую ситуацию в России, в том числе для консолидации нашего общества.

Написание реферата или доклада целесообразно начинать с изучения учебно-методической и научно-исследовательской литературы. Кроме того, необходимо познакомиться с материалами учебников и другими первоисточниками. При этом важно понимать суть изучаемой проблемы, ее внутренне содержание и характер. Весьма важно обратить внимание на последствия того или иного исторического события, на степень его влияние на последующие периоды, а также отражение его в российских СМИ. Реферат и другие виды самостоятельной работы студента должны представлять собой целостную, завершенную учебно-научную работу. Должны быть четко сформулированы: исследуемые вопросы, цели, задачи, проблемы. Работа магистранта должна быть написана научным языком; особо следует обращать внимание на точность и однозначность терминологии.

Любой вид самостоятельной работы магистранта имеет несколько этапов и приемов:

1. повторение всего пройденного теоретического материала и проработка лекций;
2. определение цели самостоятельной работы;
3. уяснение задачи поставленной проблемы;
4. разработка плана действия (выбор путей и средств для решения задачи) и определение вехов к практическому занятию;
5. выбор литературы;
6. конспектирование первоисточников и литературы;
7. подведение итогов и детализация собственных выводов.

Важным моментом самостоятельной работы является умение работать с научной литературой, с газетными текстами, нормативными документами. Работа с литературой состоит из целого ряда приемов, в том числе: структурирование, анализ, сопоставление, запоминание, смысловое воспроизведение прочитанного в письменной и устной форме

Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для магистранта.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации магистранта (промежуточный контроль, зачет). При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарах и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ, защиты рефератов и др.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для достижения поставленных образовательных целей применяются следующие информационные технологии:

- представление учебников и другого печатного материала;
- размещение изучаемых материалов на сайте кафедры;
- видеопленки;
- работа в электронной библиотеке;
- самостоятельная работа с использованием электронной почты;
- электронные образовательные ресурсы.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Компьютерное и мультимедийное оборудование:

- ноутбук;
- проектор;
- экран;
- аудио и видеоаппаратура.