

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ»

Кафедра печатных СМИ филологического факультета

Образовательная программа

42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки

Политическая журналистика

Уровень высшего образования

Магистратура

Форма обучения

Очная, заочная

Статус дисциплины:

входит в часть ОПОП,

формируемую участниками образовательных отношений

Махачкала, 2021 год

Рабочая программа дисциплины «Политические процессы и политические коммуникации» составлена в 2021 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 «28» 06 2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой [подпись] /Магомедов Г.А./

на заседании методической комиссии филологического факультета от «5»
07 2021 г. протокол № 11
Председатель [подпись] /Горбанева А.Н./

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «9» 07 2021 г.
Начальник УМУ [подпись] Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Политические процессы и политические коммуникации» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по специальности Журналистика

Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой печатных СМИ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением законов и других правовых актов, регулирующих функционирование средств массовой информации в России, основных положений федеральных законов.

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

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

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

Семестр	Учебные занятия, в том числе контактная работа учащихся с преподавателем						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Из них	Всего	лекции	Лаб	Практич.	Конс.		
9		108	8		20		80	зачет

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

Семестр	Учебные занятия, в том числе контактная работа учащихся с преподавателем						СРС	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Из них	Всего	лекции	Лаб	Практич.	Конс.		
9		108	4		8		96	Зачет

1. Цели освоения дисциплины.

Цель курса «Политические процессы и политические коммуникации» - дать систематизированные знания о системе правового регулирования политических коммуникаций, объяснить основные теоретические понятия и концепции в сфере правового регулирования коммуникационных процессов, сформировать умения и навыки анализа явлений и процессов в области правового регулирования коммуникации в сфере политики.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры.

Дисциплина «Политические процессы и политические коммуникации» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений

Магистрант должен знать основные закономерности общественно-политического развития общества и государства, иметь представление о процессе осуществления, технологиях и проблемах социальных и политических коммуникаций, разбираться в основных положениях теории права и отдельных отраслей права.

Для полноценного усвоения дисциплины необходима предшествующая теоретическая подготовка по следующим дисциплинам: «Политическая журналистика», «Современные медиасистемы», «Правовые основы журналистики», «Актуальные проблемы современной науки и журналистика».

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

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях традициях различных социальных групп.	Знает: основные концепции, трактовки и компоненты понятий «культура» и «межкультурные коммуникации». Умеет: коммуницировать и создавать официально-деловые,	Устный опрос

		<p>научные и профессиональные тексты учитывая цивилизационные, национальные, этнокультурные особенности аудитории / собеседника/оппонента.</p> <p>Владеет: навыками и приемами эффективной межкультурной коммуникации, основанной на знании разнообразия культур.</p>	
	<p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования),</p>	<p>Знает: социокультурные традиции различных социальных групп, этапы исторического развития России в контексте мировой истории.</p> <p>Умеет: продемонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач профессиональной деятельности)</p> <p>Владеет: способностью использовать свои знания и умения в профессиональной деятельности</p>	

	включая мировые религии, философские и этические учения.		
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.	<p>Знает: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет: выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>Владеет: навыками</p>	Письменный опрос

		<p>осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	
	<p>ОПК-5.2. Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	<p>Знает: всевозможные условия медиакоммуникационной системы</p> <p>Умеет: использовать свои знания на практике</p> <p>Владеет: способностями моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	

<p>ПК-6. Способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики.</p>	<p>ПК-6.1. Знает основные направления школы научных исследований в сфере журналистики и медиа.</p>	<p>Знает: направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа.</p> <p>Умеет: использовать знания в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет: навыками использования знаний при решении конкретных задач.</p>	<p>Устный опрос, письменный опрос</p>
	<p>ПК-6.2. Определяет поле исследования, разрабатывает или адаптирует методологию.</p>	<p>Знает: поле исследования</p> <p>Умеет: определять поле исследования и адаптировать методологию.</p> <p>Владеет: способностью не только адаптировать методологию, но и разрабатывать свою.</p>	
	<p>ПК-6.3. Собирает и анализирует информацию, применяя избранную методику, формулирует полученные результаты.</p>	<p>Знает: как анализировать информацию.</p> <p>Умеет: использовать при анализе информации свою методику</p> <p>Владеет: способностью, используя знания и умения, формулировать полученные результаты.</p>	

	ПК-6.4. Формирует научный текст в соответствии с академическими правилами и форматами.	Знает: правила и формата сформулировки научного текста. и 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.

№	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. Политические коммуникации						
1.	Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание			2 2	8	
2.	Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативн			2 2	8	

	ые каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет					
3.	Правовое регулирование информационных отношений.			2		10
	Итого по модулю 1:			4	6	26
Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов						
4.	Законодательств о РФ в сфере правового регулирования информации			2	4	14
5.	Правовое регулирование избирательных кампаний			2		14
	Итого по модулю 2			2	6	28
Модуль 3. Современные коммуникативные технологии						
6.	Правовое регулирование политической рекламы			2	4	13
7.	Правое регулирование Интернет-коммуникаций в политической сфере			4		13
	Итого по модулю 3			2	8	26
	Итого: 108			8	20	80

Структура дисциплины на ОЗО

№	Разделы и темы дисц.	Сем	недел я	Виды работы,	учебной включая	Сам .раб	Формы текущего
---	----------------------	-----	---------	--------------	-----------------	----------	----------------

				самост. раб. студентов трудоемкость часов)	и (в		контроля успеваемости(по неделям сем.) Форма промежуточ. аттест. (по семест.)
				Лек.	Пр.	Лаб.	
				Конт.сам.			
Модуль 1. Политические коммуникации							
1.	Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание			2			10
2.	Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет			2			10
3.	Правовое регулирование информационных отношений.			2			10
	Итого по модулю 1:			6			30
Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов							
4.	Законодательство РФ в сфере правового регулирования информации			2	2		16
5.	Правовое регулирование избирательных кампаний			2			14
	Итого по			4	2		30

	модулю 2					
	Модуль 3. Современные коммуникативные технологии					
6.	Правовое регулирование политической рекламы			2	18	
7.	Правое регулирование Интернет-коммуникаций в политической сфере				16	
	Итого по модулю 3			2	34	
	Итого: 108			12 2	94	

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

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Политические коммуникации

Тема 1. Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание.

Понятие и составляющие коммуникации. Коммуникация как форма деятельности, в обязательном случае имеющая адресата и ориентированная на его восприятие.

Базовые составляющие социальной коммуникации: социальная структура общества, коммуникационные системы, каналы и средства коммуникации. Основные условия функционирования массовой коммуникации: массовая аудитория, социальная значимость массовой коммуникации как целостной системы. Основные функции массовой коммуникации: информационная, образовательная, функция критики и контроля, мобилизационная функция, функция формирования общественного мнения.

Тема 2. Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет

Коммуникация и информация в политической системе общества. Определение политических технологий, избирательных технологий. Типология ПР-технологий. Классификация задач связей с общественностью в избирательной кампании. Предмет, субъекты, объекты, коммуникативные каналы связей с общественностью. Политическая пропаганда — цели, задачи,

предмет, объекты, субъекты. Политическая реклама – функции, предмет, субъекты, объекты, коммуникативные каналы.

Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов

Тема 1. Законодательство РФ в сфере правового регулирования информации

Анализ нормативной базы РФ.

1. Конституция РФ (ст. 15 официальная публикация законов; ст. 23 неприкосновенность частной жизни, тайна переписки и телефонных переговоров и сообщений; ст. 29 свобода слова и мысли, право на информацию и проч.).

2. Гражданский кодекс РФ (ст. 128 интеллектуальная собственность как объект гражданского права; ст. 150: нематериальные блага: достоинство личности, честь и доброе имя, деловая репутация, неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна, право авторства и иные личные неимущественные права и другие нематериальные блага; ст. 434 форма договора: договор в письменной форме может быть заключен путем обмена документами посредством электронной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору и проч.).

3. Уголовный кодекс РФ (ст. 129 клевета; ст. 130 оскорбление, ст. 137 нарушение неприкосновенности частной жизни; ст. 138 нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных или иных сообщений; ст. 146 нарушение авторских и смежных прав; ст. 182 заведомо ложная реклама; ст. 237 сокрытие информации об обстоятельствах, создающих опасность для жизни или здоровья людей; ст. 272 неправомерный доступ к компьютерной информации; ст. 273 создание, использование и распространение вредоносных программ для ЭВМ; ст. 283 разглашение государственной тайны; ст. 303 фальсификация доказательств и проч.).

4. Кодекс об административных правонарушениях РФ (глава 13.Административные правонарушения в области связи и информации).

5. Закон от 07.02.1992 № 23001 «О защите прав потребителей» (ст. 26.1.Дистанционный способ продажи товара, под которым в том числе понимается продажа товара через Интернет).

6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124I (ред. от 09.02.2009) «О средствах массовой информации».

7. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации».

8. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».

9. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126ФЗ «О связи».

10. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63ФЗ «Об электронной подписи».
11. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152ФЗ «О персональных данных».
12. Федеральный закон от 22.10.2004 № 125ФЗ «Об архивном деле в Российской Федерации».
13. Федеральный закон от 03.06.2009 № 119ФЗ. «О библиотечном деле».
14. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485I «О государственной тайне».
15. Указ Президента РФ от 06.03.1997 № 188 «Об утверждении перечня сведений конфиденциального характера».
16. Постановление Правительства РФ от 24.11.2009 № 953 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти» (вместе с Требованиями к технологическим, программным и лингвистическим средствам обеспечения пользования официальным сайтом Правительства Российской Федерации в сети Интернет»).
17. Письмо ЦБ РФ от 23.10.2009 № 128Т «О Рекомендациях по информационному содержанию и организации WEBсайтов кредитных организаций в сети Интернет».

Модуль 3. Современные коммуникативные технологии

Тема 1. Правовое регулирование политической рекламы

Общие требования, предъявляемые законодательством к различным видам рекламы. ФЗ «О рекламе». Понятие политической рекламы. Виды политической рекламы. Политическое объявление, плакат, листовка, рекламная фотография, политические программы и выступления, интервью как жанры политической рекламы в прессе. Телевизионная реклама.

Регулирование рекламы, связанной с реализацией прав граждан на участие в управлении государством, осуществляется специальным избирательным законодательством.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Политические коммуникации

Тема 1. Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание.

Основные условия функционирования массовой коммуникации: массовая аудитория, социальная значимость массовой коммуникации как целостной системы. Основные функции массовой коммуникации: информационная, образовательная, функция критики и контроля, мобилизационная функция, функция формирования общественного мнения.

Тема 2. Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет

Особенности, функции, структура и типология политического имиджа. Алгоритм формирования политического имиджа.

Принципы эффективного взаимодействия со СМИ. Формы информационных материалов для СМИ (пресс-конференции, брифинги, презентации, специальные мероприятия для журналистов).

Политические ПР и реклама в прессе (формы политической ПР-коммуникации в прессе, типы текстов, примеры удачных и неудачных публикаций). Новостные события в политических кампаниях.

Некоторые аспекты правового регулирования ПР-деятельности, предвыборная агитация в СМИ.

Политические ПР и реклама на телевидении (вербальная и невербальная коммуникация лидера; выступления кандидата, политические дебаты, специфика в США, Европе и России; жанры политической рекламы). Прямая политическая реклама (плакаты, афиши, листовки, брошюры).

Интернет в политической коммуникации.

Тема 3. Правовое регулирование информационных отношений

Особенности информационных правоотношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации. Правовые гарантии свободы массовой информации. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Недопустимость ущемления свободы массовой информации. Правовые формы организации деятельности средства массовой информации.

Правовой статус журналиста. Отношения средств массовой информации с гражданами, организациями, органами государственной власти. Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации. Опубликование в СМИ нормативных правовых актов. Ответственность за правонарушения в области массовой информации.

Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов

Тема 4. Законодательство РФ в сфере правового регулирования информации

Анализ нормативной базы РФ.

18. Конституция РФ (ст. 15 официальная публикация законов; ст. 23 неприкосновенность частной жизни, тайна переписки и телефонных

переговоров и сообщений; ст. 29 свобода слова и мысли, право на информацию и проч.).

19. Гражданский кодекс РФ (ст. 128 интеллектуальная собственность как объект гражданского права; ст. 150: нематериальные блага: достоинство личности, честь и доброе имя, деловая репутация, неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна, право авторства и иные личные неимущественные права и другие нематериальные блага; ст. 434 форма договора: договор в письменной форме может быть заключен путем обмена документами посредством электронной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору и проч.).

20. Уголовный кодекс РФ (ст. 129 клевета; ст. 130 оскорбление, ст. 137 нарушение неприкосновенности частной жизни; ст. 138 нарушение тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных или иных сообщений; ст. 146 нарушение авторских и смежных прав; ст. 182 заведомо ложная реклама; ст. 237 сокрытие информации об обстоятельствах, создающих опасность для жизни или здоровья людей; ст. 272 неправомерный доступ к компьютерной информации; ст. 273 создание, использование и распространение вредоносных программ для ЭВМ; ст. 283 разглашение государственной тайны; ст. 303 фальсификация доказательств и проч.).

21. Кодекс об административных правонарушениях РФ (глава 13.Административные правонарушения в области связи и информации).

22. Закон от 07.02.1992 № 23001 «О защите прав потребителей» (ст. 26.1.Дистанционный способ продажи товара, под которым в том числе понимается продажа товара через Интернет).

23. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124I (ред. от 09.02.2009) «О средствах массовой информации».

24. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации».

25. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».

26. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126ФЗ «О связи».

27. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63ФЗ «Об электронной подписи».

28. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152ФЗ «О персональных данных».

29. Федеральный закон от 22.10.2004 № 125ФЗ «Об архивном деле в Российской Федерации».

30. Федеральный закон от 03.06.2009 № 119ФЗ. «О библиотечном деле».

31. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485I «О государственной тайне».

32. Указ Президента РФ от 06.03.1997 № 188 «Об утверждении перечня сведений конфиденциального характера».

33. Постановление Правительства РФ от 24.11.2009 № 953 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти» (вместе с Требованиями к технологическим, программным и лингвистическим средствам обеспечения пользования официальным сайтом Правительства Российской Федерации в сети Интернет»).

34. Письмо ЦБ РФ от 23.10.2009 № 128Т «О Рекомендациях по информационному содержанию и организации WEBсайтов кредитных организаций в сети Интернет».

Тема 5. Правовое регулирование избирательных кампаний

Информационное обеспечение выборов и предвыборная агитация. Требования, предъявляемые к характеру информации, распространяемой через СМИ в период выборов (достоверность, объективность, беспристрастность). Предвыборная агитация – виды и формы. Требования к содержанию агитационных материалов. Предвыборные митинги и собрания. Иные формы агитации. Сроки начала и окончания агитации.

Федеральный закон №67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», Федеральные законы №175-ФЗ и №51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации», «О средствах массовой информации».

Обнародование данных социологических опросов. Запрет на предвыборную агитацию представителями СМИ. Проблемы правоприменительной практики.

Модуль 3. Современные коммуникативные технологии

Тема 6. Правовое регулирование политической рекламы

Общие требования, предъявляемые законодательством к различным видам рекламы. ФЗ «О рекламе». Понятие политической рекламы. Виды политической рекламы. Политическое объявление, плакат, листовка, рекламная фотография, политические программы и выступления, интервью как жанры политической рекламы в прессе. Телевизионная реклама.

Регулирование рекламы, связанной с реализацией прав граждан на участие в управлении государством, осуществляется специальным избирательным законодательством.

Тема 7. Правовое регулирование Интернет-коммуникаций в политической сфере

Особенности правового регулирования отношений при создании и распространении исходных документов, формировании информационных ресур-

сов и предоставлении информационных услуг в Интернет. Особенности правового регулирования отношений в области создания и применения информационных технологий и средств их обеспечения в виртуальной среде Интернет. Вопросы правового обеспечения информационной безопасности в среде Интернет. Первоочередные задачи правового регулирования отношений в Интернет.

5. Образовательные технологии.

В учебном процессе при реализации компетентного подхода используются лекционные и практические занятия, в том числе в форме активных и интерактивных форм проведения занятий: деловые и ролевые игры, коллоквиумы, разбор конкретных юридических ситуаций. Эти формы сочетаются с самостоятельной работой студента в целях закрепления и развития полученных знаний. Возможно проведение встреч с представителями правозащитных организаций, избирательных комиссий разного уровня, привлечение иностранных специалистов, профессоров и др.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Структура дисциплины на стационаре

№	Название темы	Кол-во часов	Форма самостоятельной работы
Модуль 1. Политические коммуникации			
1.	Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание	8	Реферирование рекомендованной литературы (см. Пункт 8 учебной программы)
2.	Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет	8	Выполнение заданий поисково-исследовательского характера (ПР в местной прессе)
3.	Правовое регулирование информационных отношений.	10	Контент-анализ ряда федеральных и региональных изданий
<i>Итого по мод. 1: 26 часов</i>			
Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов			

4.	Законодательство РФ в сфере правового регулирования информации	14	Подготовка докладов, сообщений, рефератов (см. примерные темы в Пункте 7.2. учебной программы)
5.	Правовое регулирование избирательных кампаний	14	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
<i>Итого по мод. 2: 28 часов</i>			
Модуль 3. Современные коммуникативные технологии			
4.	Правовое регулирование политической рекламы	13	Подготовка докладов, сообщений, рефератов (см. примерные темы в Пункте 7.2. учебной программы)
5.	Правое регулирование Интернет-коммуникаций в политической сфере	13	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
<i>Итого по мод. 2: 26 часов</i>			
ВСЕГО: 80 ч.			

Структура дисциплины на ОЗО

№	Название темы	Кол-во часов	Форма самостоятельной работы
Модуль 1. Политические коммуникации			
1.	Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание	8	Реферирование рекомендованной литературы (см. Пункт 8 учебной программы)
2.	Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет	8	Выполнение заданий поисково-исследовательского характера (ПР в местной прессе)
3.	Правовое регулирование информационных отношений.	14	Контент-анализ ряда федеральных и региональных изданий
<i>Итого по мод. 1: 30 часов</i>			
Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов			

4.	Законодательство РФ в сфере правового регулирования информации	16	Подготовка докладов, сообщений, рефератов (см. примерные темы в Пункте 7.2. учебной программы)
5.	Правовое регулирование избирательных кампаний	16	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
<i>Итого по мод. 2: 30 часов</i>			
Модуль 3. Современные коммуникативные технологии			
4.	Правовое регулирование политической рекламы	15	Подготовка докладов, сообщений, рефератов (см. примерные темы в Пункте 7.2. учебной программы)
5.	Правое регулирование Интернет-коммуникаций в политической сфере	15	Подготовка докладов, сообщений, рефератов
<i>Итого по мод. 2: 34 часов</i>			
ВСЕГО: 94 ч.			

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.

Вопросы по темам самостоятельной работы включаются в материалы рубежного контроля в соответствующем модуле, а так же и в итоговое тестирование по учебному курсу.

При подготовке к экзамену магистранту необходимо тщательно повторить весь материал курса, изученный в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы, свободно ориентироваться в словаре терминов, уметь системно и комплексно анализировать основные отечественные и зарубежные теории массовой информации.

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

7.1. Типовые контрольные задания

Темы для эссе

1. Система средств массовой коммуникации: структура, специфика информационных каналов.
2. Принципы эффективного взаимодействия со СМИ. Формы информационных материалов для СМИ (пресс-конференции, брифинги, презентации, специальные мероприятия для журналистов).
3. Новостные события в политических кампаниях.
4. Правовое регулирование предвыборной агитации в СМИ.
5. Политические PR и реклама на телевидении (вербальная и невербальная коммуникация лидера; выступления кандидата, политические дебаты, специфика в США, Европе и России; жанры политической рекламы).
6. Прямая политическая реклама (плакаты, афиши, листовки, брошюры...) – требования российского законодательства.
7. PR-деятельность, реклама и журналистика, взаимосвязи и различия.
8. Работа PR-службы со СМИ.
9. Защита информации при осуществлении связей с общественностью.
10. Федеральный Закон «О рекламе» и его применение в PR-деятельности
11. Закон РФ «О СМИ» и его применение в PR-деятельности.
12. Правовое регулирование электронных СМИ.
13. Интернет в политической коммуникации
14. Использование коммуникативных ресурсов интернета PR-деятельности.
15. Политические PR и реклама в прессе (формы политической PR-коммуникации в прессе, типы текстов, примеры удачных и неудачных публикаций).

Вопросы к зачету.

1. 1. Понятие и базовые составляющие социальной коммуникации
2. Функции социальной коммуникации
3. Понятие и особенности политической коммуникации
4. Определение политических технологий, избирательных технологий
5. Предмет, субъекты, объекты, коммуникативные каналы связей с общественностью. Типология PR-технологий
6. Политическая пропаганда — цели, задачи, предмет, объекты, субъекты.
7. Политическая реклама – функции, предмет, субъекты, объекты, коммуникативные каналы
8. Политические PR и реклама в прессе (формы, типы, примеры)
9. Особенности вербальной и невербальной коммуникации на телевидении, примеры

10. Основные виды интернет-ресурсов в политических кампаниях и формы их воздействия на избирателей
11. Информационные правоотношения (определение, элементы, классификация).
12. Особенности информационных правоотношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации.
13. Правовой статус журналиста. Отношения СМИ с гражданами, организациями, органами государственной власти.
14. Информационное обеспечение выборов
15. Правовое регулирование предвыборной агитации
16. Правовое регулирование отношений в области производства и распространения рекламы как разновидности массовой информации.
17. Особенности правового регулирования политической рекламы
18. Особенности реализации информационных правоотношений в Интернет. Вопросы правового обеспечения

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 – 50% и промежуточного контроля- 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 1 балл
- участие на практических занятиях – 14б.
- выполнение лабораторных заданий –
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ – 15б.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос – 20.
- письменная контрольная работа – 50б.
- тестирование

8. учебно-методическое обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Бачило И. Л. Информационное право. 2-е изд., доп. и перераб. Москва., Юрайт, 2011. – 522 с.
2. Бачило И. Л. Информационное право: учебник для магистрантов. -М., 2006.

Дополнительна литература:

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама: Учеб.пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005.
2. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. Издательство: Дашков и К. 2009. - 592с.

Нормативные правовые акты

1. Конституция РФ. М., 2013.
2. Гражданский кодекс РФ.
3. Уголовный кодекс РФ.
4. Кодекс об административных правонарушениях РФ .
5. Закон от 07.02.1992 № 23001 «О защите прав потребителей».
6. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124I (ред. от 09.02.2009) «О средствах массовой информации».
7. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации».
8. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».
9. Федеральный закон от 07.07.2003 № 126ФЗ «О связи».
10. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63ФЗ «Об электронной подписи».
11. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152ФЗ «О персональных данных».
12. Федеральный закон от 22.10.2004 № 125ФЗ «Об архивном деле в Российской Федерации».
13. Федеральный закон от 03.06.2009 № 119ФЗ. «О библиотечном деле».
14. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485I «О государственной тайне».
15. Указ Президента РФ от 06.03.1997 № 188 «Об утверждении перечня сведений конфиденциального характера».

Научные и учебно-методические работы

1. Антонов С.Н. Социология рекламы. Учебно-методическое пособие/ СПб: Интерсоцис, 2006.
2. Богатская С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие/ С.Г. Богатская. М., 2007.
3. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. – М: ФАИР-ПРЕСС, 2001.
4. Кондратьев Э.В. Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. М: Академический Проект, 2003.
5. Лисовский С. Ф., Евстафьев В. А. Избирательные технологии: История теория, практика. М., 2001.

6. Михалюк В. Стратегия работа со СМИ в ходе избирательной кампании // Политический маркетинг. 2000. № 9.
7. Почепцов Г. Г. Имиджология. М.: Рефл-бук, 2000.
8. Почепцов Г. Г. Информационные войны. М., 2000.
9. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / Отв. Ред. А.П. Чудинов / Урал.гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009.
10. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2010. № 3.
11. Толкачев А.Н. Реклама и PR в бизнесе / А.Н.Токачев. М.: Эксмо, 2009.
12. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. М.: Изд. ГУ-ВШЭ, 2008.
13. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. М., 2001.
14. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж, бренд фирмы. М.: Дашков и Ко. 2009.
15. Шомова С. А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М., 2004.
16. Щепилов К. Медиаисследование и медиапланирование. М.: РИП-Холдинг, 2004.

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

1. Международный комитет ассоциаций компаний консультантов по связям с общественностью (ICCO) <http://www.martex.co.uk/prca.co>
2. Международный справочник по связям с общественностью <http://www.hollis-pr.com>
3. Профессиональный PR-портал «Советник» <http://www.sovetnik.ru>
4. www.allimag.net «Всё про имидж»
5. Международная Ассоциация консультантов по связям с общественностью (PRCA) <http://www.martex.co.uk/prca>
6. Международная рекламная ассоциация <http://www.iiaglobal.com>
7. Международный Клуб PR-управляющих «PR-профессионал» <http://www.publicity.ru/prclub.htm>
8. «Рекламное измерение» <http://www.triz-ri.ru>

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: исследуемы 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 ворсов 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. Анализируя газетные тексты, главная задача студента заключается в том, чтобы как можно четко определить жанровую специфику материала, его особенности.

В процессе самостоятельной работы и проработки курса «Политические процессы и политические коммуникации» магистранту рекомендуется опираться на учебно-методические издания и методические материалы, выпущенных кафедрой печатных СМИ ДГУ.

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

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

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;
- флеш-накопитель.

Видео-аудиовизуальные средства:

- диктофон;

- магнитофон;
- видеокамера;
- аудиоколонки.