

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

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

Профиль подготовки

Политическая журналистика

наименование профиля подготовки

Уровень высшего образования

Магистратура

Форма обучения

очная

Статус дисциплины: вариативная

Программа итоговой государственной аттестации по профилю «Политическая журналистика» составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки

42.04.02 – Журналистика (уровень - магистратура)

от « 3 » ноября 2018 г. № 1295.

Разработчик(и): **печатных СМИ, Магомедов Г.А., к.и.н., доцент**
(кафедра, ФИО, ученая степень, ученое звание)

Программа согласована:

Декан филологического факультета Ш.А. Мазанаев
(подпись) Мазанаев Ш.А.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры
печатных СМИ от «17» 03 2017 г., протокол № 8

Зав. кафедрой печатных СМИ Г.А. Магомедов
(подпись) Магомедов Г.А.

на заседании Методической комиссии филологического факультета от
« » 20 г., протокол № .

Председатель К.Э. Джамалов
(подпись) Джамалов К.Э.

Рабочая программа согласована с учебно-методическим управлением

« » 20 г.
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Политический пиар» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры.

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: общекультурных – ОК-1, ОК-4 общепрофессиональных – ОПК-1, профессиональных – ПК-5, 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							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Из них							
	Всего	лекции	Лаб.	Практич.	Конс.	СРС, в том числе экзамен		
В	108	8		18		46		Экзамен -36

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 ООП магистратуры.

Дисциплина «Политический пиар» входит в вариативную часть. 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. Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

Знать:

- современную парадигму PR в политике;
- методы диагностики проблем в сфере управления политическими коммуникациями;
- технологии осуществления деятельности по PR в политике;

уметь:

- анализировать коммуникативную среду конкретного субъекта политических отношений;
- обобщать частные результаты анализа и делать соответствующие выводы с целью принятия рациональных управленческих решений;
- пользоваться специальными методическими приемами и способами обработки управленческой информации в области PR;

владеть:

- инструментарием PR;
- методами диагностики положения конкретного субъекта политических отношений, с использованием инструментария PR;
- способами применения методов PR в сфере политике для решения проблем политического управления.

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

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня)
Общекультурные компетенции (ОК): ОК-1, ОК-4	<ul style="list-style-type: none"> - способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля в своей профессиональной деятельности - способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу. 	<p>Знать: новые методы исследования в своей профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: опираться на новые методы исследования в своей профессиональной деятельности, изменения научного и научно-производственного профиля.</p> <p>Владеть: способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля в своей профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью к абстрактному мышлению,

		анализу, синтезу.
Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК-1	- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, социальной сфере, в сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.	Знать: профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, социальной сфере, в сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта. Уметь: использовать знания коммуникаций в своей профессиональной деятельности. Владеть: способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, социальной сфере, в сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.
Профессиональные компетенции (ПК): ПК-5, ПК-6	-готовность в различных формах преподавать дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразован,	Знать: различные формы преподавания дисциплины, связанные с направлением избирательных технологий в СМИ; - информацию из различных

	<p>разрабатывать учебно-методические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию;</p> <p>-готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.</p>	<p>источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности</p> <p>Уметь: преподавать дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразован, разрабатывать учебно-методические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию;</p> <p>- анализировать информацию из различных источников, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования</p> <p>Владеть: способностью преподавать дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразован, разрабатывать учебно-методические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию;</p> <p>- способностью анализировать информацию, общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.</p>
--	---	---

4.Объем, структура и содержание дисциплины.

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

4.2.Структура дисциплины.

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

				раб.студентов и трудоемкость (в часах)		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 2	8	
2.	Массовая информационно- коммуникационная система.			2 2	8	
3.	Политический консалтинг в СМИ.			2	10	
	Итого по модулю 1:			46	26	
	Модуль 2. Политический PR в СМИ					
1.	Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ.			2 4	6	
2.	Политический PR в СМИ.			2 4	6	
3.	Политический маркетинг в СМИ			4	8	
	Итого по модулю 2			4 10	20	
	Модуль 3					
	Подготовка к экзамену					36
	Итого: 108			8 18	46	36

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

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.

Практические занятия

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, дискуссией 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 самостоятельно работы студент должен написать реферат, который должен защитить на семинарском занятии.

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

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-5 ОПК-1	Знать: различные формы преподавания дисциплины, связанные с данным направлением подготовки, методы создания учебно-методических материалов, способы повышения профессиональной квалификации; профессиональные функции в области средств массовой информации, политики..	Устный опрос, письменный опрос
ОК-4, ПК-6	Уметь: использовать новые методы исследования в своей профессиональной деятельности; - аккумулировать и анализировать информацию из различных источников, общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами.	Письменный опрос, устный опрос.
ОК-1	Владеть: способностью абстрактно мыслить, анализировать	Брифинг, дискуссии

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

ОК-1

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу».

Уровень	Показатель (что обуч. должен продемонстр.)	Оценочная шкала		
		Удовлетвор.	Хорошо	Отлично
Пороговый	Способность к абстрактному мышлению	Знает основные законы логики	Умеет использовать логические законы в профессиональной деятельности	Использует основы логических знаний в контексте своей социальной и профессиональной деятельности.
Базовый	Умение абстрактно мыслить, анализировать	Знает логические законы	Умеет абстрактно мыслить, анализировать различные ситуации в своей профессиональной деятельности	Использует знания медиаэкономики в своей социальной и профессиональной деятельности
Продвинутый	Навыки абстрактного мышления, анализа, синтеза	Обладает навыками абстрактного мышления	Хорошо мыслит, анализирует, синтезирует различные социальные ситуации	Использует навыки абстрактного мышления, анализа, синтеза в своей профессиональной деятельности

ОК-4

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности»

Уровень	Показатель (что обуч. должен продемонстр.)	Оценочная шкала		
		Удовлетвор.	Хорошо	Отлично
Пороговый	Способность к	Знает новые методы	Хорошо знает	Прекрасно

й	самостоятельному обучению новым методам исследования	исследования	новые методы исследования	владеет новыми методами исследования
Базовый	Умеет использовать новые методы исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Умеет использовать новые методы исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Хорошо владеет навыками использования новых методов исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Отлично владеет навыками использования новых методов исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
Продвинутый	Использует новые методы исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Обладает умением использовать новые методы исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Хорошо использует новые методы исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Отлично использует новые методы исследования для изменения научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности

ОПК-1

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры и спорта».

Уровень	Показатель (что должен обуч. продемонстрир.)	Оценочная шкала		
		Удовлетвор.	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знание профессиональных функций в области рекламы и связей с	Знает профессиональные функции в сфере средств массовой информации, в	Хорошо знает профессиональные функции в сфере средств массовой информации, в	Отлично знает профессиональные функции в сфере средств массовой информации, в

	общественно стью в государствен ных, общественных , коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства.т торговли, науки, культуры и спорта	сфере политики	сфере политики	сфере политики
Базовый	Готовность осуществлять профессионал ьную деятельность, опираясь на знания профессионал ьных функций в области рекламы и связей с общественнос тью в государственн ых, общественных , коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры и	Готов осуществлять свою профессиональную деятельность, опираясь на знания профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры и спорта	Готов использовать своей профессиональн ой деятельности знания в области рекламы и связей с общественность ю в государственны х, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры и спорта.	Хорошо готов использовать своей профессионально й деятельности знания в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры и спорта.

	спорта			
Продвину тый	Умеет руководить осуществлени ем профессионал ьных функций в области рекламы и связей с общественнос тью в государственн ых, общественных , коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства.т орговли, науки, культуры и спорта	Хорошо знает специфику руководства осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры и спорта.	Осуществляет свою профессиональн ую деятельность, базируясь на знании профессиональн ых функций в сфере средствах массовой информации, в сфере политики	Хорошо осуществляет свою профессиональну ю деятельность, базируясь на знании профессиональны х функций в сфере средствах массовой информации, в сфере политики

ПК-5

Схема оценки уровня формирования компетенции «готовность в различных формах преподаватель дисциплины, связанные с данным направлением подготовки и медиаобразованием, разрабатывать учебно-методические материалы, повышать свою преподавательскую квалификацию».

Уровень	Показатели (что обуч. должен прод.)	Оценочная шкала		
		Удовлетворит.	Хорошо	Отлично

Пороговый	Готов различных формах преподаватель дисциплины, связанные данном направлением подготовки	в с	Способен преподаватель дисциплины, связанные данном направлением подготовки	с с	Хорошо преподает дисциплины, связанные данном направлением подготовки	с с	Отлично преподает дисциплины, связанные данном направлением подготовки
Базовый	Умеет различных формах преподаватель дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию	в с и	Способен различных формах преподаватель дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию	в с и	Умеет хорошо преподаватель дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию	с и и	умеет отлично преподаватель дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию
Продвину тый	Преподает дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию	с и	Хорошо преподает дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию	с и	Отлично преподает дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию	с и	Мастерски, со знанием дела преподает дисциплины, связанные данном направлением подготовки и медиаобразовани ем, разрабатывать учебно- методические материалы, повышать свою преподавательск ую квалификацию

ПК-6

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах

повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями».

Уровень	Показатель(что обуч. должен продемонстр.)	Оценочная шкала		
		Удовлетвор.	Хорошо	Отлично
Пороговый	способность аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности	Знает методы анализы информации из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности	Хорошо знает методы анализы информации из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности	Отлично знает методы анализы информации из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности
Базовый	Умение аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными	Может аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными	Хорошо аккумулирует, анализирует информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывает аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способен общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работает со статистикой, официальными материалами,	Отлично аккумулирует, анализирует информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывает аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способен общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работает со статистикой, официальными материалами,

	материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями
Продвинутый	Способность самостоятельно аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	Владеет навыками аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	Хорошо владеет навыками аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	Отлично владеет навыками аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительной оценки по дисциплине быть не может.

7.3. 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-рейлинз: 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.

емы 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.

7.4. 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. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения 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, завершённую 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 вѳросов 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.