

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ 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

наименование профиля подготовки

Уровень высшего образования

Магистратура

Форма обучения

очная

Статус дисциплины -вариативная

Рабочая программа дисциплины «Политические процессы и политические коммуникации» составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки

42.04.02 Журналистика

(уровень **магистратура**)

от « 3 » ноября 2015 г. № 1295.

Разработчик: **кафедра печатных СМИ, Магомедов Г.А., к.и.н., доцент**

(кафедра, ФИО, ученая степень, ученое звание)

Рабочая программа дисциплины одобрена:

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

Зав. кафедрой _____ Магомедов Г.А.

(подпись)

на заседании Методической комиссии филологического факультета от «___»
_____ 2017 г., протокол № _____.

Председатель К.Э. Джамалов Джамалов К.Э.

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «___» _____ 2017 г.

(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

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

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 – ОК-2, 4, общепрофессиональных – ОПК-7, профессиональных – ПК-4, ПК- 6.

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

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						Из них	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференц.зачет, экзамен)
	Всего	лекции	Лаб.	Практич.	Конс.	СРС, в том числе экзамен		
9	108	8		20		80	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 ООП магистратуры.

Дисциплина «Политические процессы и политические коммуникации» входит в вариативную часть профессионального цикла магистерской программы.

Студент 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. Требования к результатам освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

Знать:

- основные понятия и категории в сфере правового регулирования коммуникации;
- основные концепции и теории - истоки современных представлений о регулировании коммуникационных процессов при помощи права;
- международные и национальные правовые документы в сфере регулирования коммуникации;
- основные современные направления правового регулирования процессов коммуникации в сфере политики;
- специфику правового регулирования политических коммуникаций в РФ;

Уметь:

- выполнять самостоятельный анализ правовых явлений и процессов в сфере регулирования коммуникации;
- применять законодательные и этические принципы регулирования коммуникации в своей профессиональной деятельности;
- анализировать нормы законодательства по правовому регулированию коммуникации в сфере политики;
- оценивать и соотносить по силе нормативные правовые акты международного и национального законодательства по правовому регулированию коммуникации;

Владеть:

- теоретическими знаниями для решения практических вопросов и аргументировано излагать обоснование применения определенной нормы законодательства в сфере правового регулирования политических коммуникаций.

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

Компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты
-------------	--------------------------	------------------------

	из ФГОС ВО	обучения (показатели достижения заданного уровня)
Общекультурные компетенции (ОК): ОК-2 ОК-4	<p>- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.</p> <p>- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: изменения в своей профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: самостоятельно обучаться новым методам исследования в своей профессиональной деятельности.использовать имеющиеся знания в своей профессиональной деятельности; действовать в нестандартных ситуациях.</p> <p>Владеть: способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности.способностью нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.</p>
Общепрофессиональные компетенции (ОПК): ОПК 7	<p>- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности</p>	<p>Знать: способы приобретения новых знаний и их использования в своей профессиональной деятельности.а также в областях знаний, не связанных со сферой деятельности</p> <p>Владеть: способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий новые знания;</p> <p>Уметь: эффективно использовать полученные новые знания в своей профессиональной деятельности и в областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности.</p>
Профессиональные	-готовностью выявлять и	Знать: актуальные проблемы

<p>компетенции (ПК): ПК-4, ПК-6</p>	<p>обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований. самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты; -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>для медиаисследований; - информацию из различных источников, необходимых для подготовки медиаконтентов в форматах и жанрах повышенной сложности</p> <p>Уметь: выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований. самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты; - анализировать информацию из различных источников, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования</p> <p>Владеть: способностью выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований; - 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 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.2. Структура дисциплины.

№	Разделы и темы дисц.	Сем	неделя	Виды учебной работы, включая самост. раб. студентов и трудоемкость (в часах)	Сам. раб.	Формы текущего контроля успеваемости(по неделям сем.) Форма промежуточ.
		.				

				Лек. Пр. Лаб. Конт.сам.		аттест. (по семест.)
Модуль 1. Политические коммуникации						
1.	Коммуникация как социальный феномен, ее субъекты, объекты и содержание			2 2	8	
2.	Задачи, предмет, субъекты, объекты и коммуникативные каналы ПР в политике. Политические ПР и реклама в прессе, на телевидении, в Интернет			2 2	8	
3.	Правовое регулирование информационных отношений.			2	10	
Итого по модулю 1:				4 6	26	
Модуль 2. Законодательное регулирование политических процессов						
4.	Законодательство РФ в сфере правового регулирования информации			2 4	12	
5.	Правовое регулирование избирательных кампаний			2	12	
Итого по модулю 2				2 6	24	
Модуль 3. Современные коммуникативные технологии						
6.	Правовое регулирование политической рекламы			2 4	10	
7.	Правое регулирование Интернет-коммуникаций в политической сфере			4	10	
Итого по модулю 3				2 8	30	
Итого: 108				8 20	80	

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

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.

Практические занятия.

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 ресурсов 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.

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. 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
ОК-2 ОК-4	Знать: свои законные права и права другой личности; - актуальные проблемы для медиаисследований в области правового регулирования СМИ.	Устный опрос, письменный опрос
ОПК-7 ПК-4	Уметь: самостоятельно изучать новые методы исследования в своей профессиональной деятельности; - обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы: - планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;	Письменный опрос, устный опрос.

ПК-6	Владеть: способностью анализировать информацию из различных источников, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами в области нормативно-правового регулирования.	Брифинг, пресс-конференция
------	--	----------------------------

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

ОК - 2

Схема оценки уровня формирования компетенции «готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения».

Уровень	Показатель (что обуч. должен продемонстрир.)	Оценочная шкала		
		Удовлетвор.	Хорошо	Отлично
Пороговый	Готовность действовать в нестандартных ситуациях	Готов действовать в нестандартных ситуациях	Хорошо действует в нестандартных ситуациях.	Отлично действует в нестандартных ситуациях.
Базовый	Умение действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Умеет действовать в нестандартных ситуациях	Хорошо умеет действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Отлично несет социальную и этическую ответственность за принятые решения в своей профессиональной деятельности.
Продвину- тый	Профессиональ- ное чувство социальной и этической ответственност и за принятые решения, умение действовать в нестандартных	Способен действовать в нестандартных ситуациях, чувствует свою ответственность.	Хорошо действует в нестандартных ситуациях, глубоко понимая свою социальную и этическую ответственность за принятые решения в своей	Отлично действует в нестандартных ситуациях, глубоко понимая свою социальную и этическую ответственность за принятые решения в своей профессиональной

	ситуациях.		профессионально й деятельности.	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 самостоятельному обучению новым методам исследования	Знает новые методы исследования	Хорошо знает новые методы исследования	Прекрасно 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
Продвину- тый	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-7

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том

числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности».

Уровень	Показатель (что должен обуч. продемонстр.)	Оценочная шкала		
		Удовлетвор.	Хорошо	Отлично
Пороговый	Готовность приобретать новые знания	Знает способы приобретения новых знаний	Хорошо знает способы приобретений новых знаний в своей профессиональной деятельности	Отлично знает способы приобретений новых знаний с помощью информационных технологий.
Базовый	Готовность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	Готов самостоятельно приобретать новые знания	Хорошо готов приобретать новые знания и использовать их в своей практической деятельности	Отлично подготовлен приобретать новые знания и использовать их в своей практической деятельности
Продвинутый	Умение самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	Умеет самостоятельно получить новую информацию и использовать ее в своей практической деятельности	Самостоятельно приобретает новые знания и умения и использует их в своей профессиональной деятельности	Отлично умеет приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности

Схема оценки уровня формирования компетенции «готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты».

Уровень	Показатели (что обуч. должен прод.)	Оценочная шкала		
		Удовлетворит.	Хорошо	Отлично
Пороговый	Готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований	Способен выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований	Способен хорошо выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований	Способен отлично выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований
Базовый	Готов выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить	Умеет выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить	Хорошо умеет выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить	Отлично умеет выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить
Продвинутый	Способность обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты	Обосновывает актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты	Хорошо обосновывает актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты	Отлично обосновывает актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты

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	Оценочная шкала
---------	----------------	-----------------

	обуч. должен продемонстр.)	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 материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическим и показателями	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 материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическим и показателями	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, данными опросов общественного мнения, медиаметрическим и показателями	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, данными опросов общественного мнения, медиаметрическим и показателями
Продвинутый	Способность самостоятельно аккумулировать, анализировать информацию из	Владеет навыками аккумулировать, анализировать информацию из различных	Хорошо владеет навыками аккумулировать, анализировать информацию из	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, медиаметрическим и показателями	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, медиаметрическим и показателями	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, медиаметрическим и показателями	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, медиаметрическим и показателями
---	---	---	---

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

7.3. 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 ПР 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

7.4. 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 – 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. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения 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: ПР 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.
Имиджелогия. 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: 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 входов 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 текста, 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.