

Учреждение образования  
«Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе  
учреждения образования  
«Полоцкий государственный  
университет имени Евфросинии  
Полоцкой»

 Е.И. Галешова

«29» 12 2023 г.

Регистрационный № УД – 44523 /уч.

МОДУЛЬ «КОММУНИКАЦИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ»

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В  
ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальности  
**1-23 01 15 «Социальные коммуникации»**

2023 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта по специальности высшего образования ОСВО 1-23 01 15-2021 и учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный №13-21/уч.ФЭФ от 26.07.2021.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Шидловский Сергей Олегович, доцент кафедры социальных коммуникаций учреждения образования «Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой», к.ист.н., доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой социальных коммуникаций учреждения образования «Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой»  
(протокол № 5 от «22» 12 2023 г.);

Методической комиссией финансово-экономического факультета учреждения образования «Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой»  
(протокол № 11 от «29» 12 2023 г.)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Коммуникативные технологии в политическом процессе» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования. Учебная программа дисциплины «Коммуникативные технологии в политическом процессе» разработана в соответствии с образовательным стандартом и учебным планом по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации». Учебная дисциплина «Политическая коммуникация» направлена на изучение студентами особенностей коммуникативных процессов в политической сфере.

Цель учебной дисциплины: систематизация и расширение знаний студентов по вопросам внутригосударственной политической коммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с основными субъектами внутригосударственной политической коммуникации;
- ознакомить студентов с основными информационно-политическими технологиями в политической коммуникации;
- дать обзор основных социально-политических технологий, используемых во внутригосударственной политической коммуникации;
- сформировать навыки исследования политических коммуникационных процессов;
- сформировать навыки использования социально-политических технологий для повышения эффективности политической коммуникации;
- дать представление о возможностях использования методологии и методов социальных наук в процессе организации и проведения избирательных кампаний.

В соответствии с вышеуказанными целями и принципами социально-гуманитарной подготовки у выпускника должна быть сформированы следующие компетенции

СК-35. Анализировать и оценивать внутригосударственную политическую коммуникацию, иметь навыки построения эффективной коммуникации бизнеса с органами.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны

**знать:**

- профессиональные приемы, инструментарий и другие средства коммуникационной деятельности, необходимые в процессе организации и проведении кампаний в сфере связей с общественностью в политике;
- современные проблемы организации и проведения политических кампаний;
- коммуникативные технологии, используемые в политике.

**уметь:**

- управлять проектами в области профессиональной деятельности;
- выработать конкретные рекомендации по проведению и организации специальных мероприятий;
- участвовать в работе по проведению кампаний в сфере связей с

общественностью и по управлению коммуникационными процессами, происходящими во взаимоотношениях компаний и властных структур и широкой общественностью;

- взаимодействовать с общественностью и работать в команде.

**владеть:**

- технологическими приемами разработки стратегии и организации кампании;

- методами исследования групп общественности.

**Междисциплинарные связи.** Для изучения дисциплины «Коммуникативные технологии в политическом процессе» необходимо освоение основных принципов и понятий, содержащихся в курсе «Политология» и «Социальной философии». В свою очередь, изучение «Коммуникативные технологии в политическом процессе» может быть полезно при изучении таких дисциплин как «Социальные коммуникации» и «Рисковые и кризисные коммуникации».

**Дневная форма получения образования**

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины отводится: всего 108 часов, из них 52 часа аудиторных, их них лекции – 26 часов, практические занятия – 26 часов. Самостоятельная работа студентов – 56 часа. Трудоемкость – 3 з.е.

Учебная дисциплина изучается в 6 семестре.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Информационно-коммуникационный аспект политической деятельности**

Предмет политической коммуникативистики. Основные подходы к определению понятия "политическая коммуникация". Разграничение понятий "политическая информация" и "политически значимая информация".

Основные каналы распространения политически значимой информации. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. Классификация информационно-коммуникативных систем.

### **Тема 2. Теории политической коммуникации**

Понятие микроуровня социально-политических исследований. "Теория волшебной пули" Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и "теории минимальных эффектов". Концепция "когнитивного диссонанса" Л. Фестингера. Теория "полезности и удовлетворения потребностей" Э. Каца.

"Теория культивации" Дж. Гербнера. Концепция "установления повестки дня" ("agenda-setting") Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона.

### **Тема 3. Политическое консультирование**

Сущность политического консультирования. Функции политического консультирования. Происхождение политического консалтинга.

Связь политического консалтинга со смежными областями научного знания. Субъекты и типология политического консалтинга. Формирование целей в политическом консалтинге.

### **Тема 4. Политический PR и политическая реклама**

Основные понятия и категории политического маркетинга. История зарождения и методологические основы политического маркетинга. Избирательный маркетинг.

Государственный маркетинг. Цели политического маркетинга, его специфика. Виды политических PR-кампаний.

### **Тема 5. Жанры политической рекламы и PR в СМИ**

Дифференциация рекламных жанров в зависимости от характера коммуникации и коммуникационного канала. Техническое исполнение материала как один из критериев жанрового своеобразия рекламы. Специфика жанров телевизионной политической рекламы.

Выступления политиков и теледебаты. Значение визуального обращения. Американская и европейская модель проведения теледебатов. Классификация рекламных роликов: в зависимости от протяженности, от технических средств изготовления. Телевизионные политические шоу.

Формы политической PR-коммуникации в прессе. Жанровые единицы газетно-журнальной периодики: интервью, политические портреты,

политическое объявление, программные документы и обращения политиков, политические очерки.

Возможности размещения плаката и листовки в газетном и журнальном формате. Рекламная фотография.

#### **Тема 6. Интернет в политической коммуникации**

Основные преимущества Интернет-среды для организации рекламных кампаний. Технологии Big Data и микротаргетинга. «Интернет вещей» и технология блокчейн в информационном обществе. Искусственный интеллект.

Информационные серверы. Персональные и партийные сайты. Электронные голосования, гостевые книги, обсуждения на форумах, чаты.

#### **Тема 7. Манипуляция в политической рекламе и PR**

Способы и средства манипуляции политическим восприятием. Виды манипулятивных технологий. Основания политического манипулирования.

Признаки применения манипулятивных технологий в политической рекламе. Приемы политического манипулирования.

Манипуляция образами и стереотипами. Индокринация населения и политическая реклама. Психология PR.

Дезинформация как средство манипуляции. Манипуляция в СМИ.

#### **Тема 8. Информационная безопасность**

Динамика развития понятийного аппарата «безопасность». Информационная безопасность, ее специфика. Определение информационной безопасности.

Безопасность открытых информационных сетей. Информационно-психологическая безопасность. Информационный терроризм.

Угрозы информационной безопасности. Принципы классификации и источники угроз информационной безопасности. Субъекты информационного воздействия.

Концепция информационной безопасности Беларуси. Стандарты информационной безопасности Республики Беларусь.

#### **Тема 9. Информационная война**

Объект и субъект информационного противоборства. Принципы ведения информационных войн. Типологии информационных войн.

Цифровые технологии в информационных войнах. Цифровые фейки в международных отношениях. Информационное оружие.

Инструментарий информационной войны. Стратегии трансформации информационного пространства. Информационные войны в мирное и военное время.

Мониторинг глобального информационного пространства информационно-аналитическими системами США и их союзников. Гибридные войны.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины “Коммуникативные технологии в политическом процессе”  
Дневная форма получения образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	управляемая самостоятельная работа студента		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1.1	<b>Информационно-коммуникационный аспект политической деятельности</b> 1.1.1 Предмет политической коммуникативистики. 1.1.2. Основные подходы к определению понятия "политическая коммуникация". 1.1.3. Разграничение понятий "политическая информация" и "политически значимая информация".	2					[1-5], [9-13], [15].	Коллоквиум*
Тема 1.2.	<b>Информационно-коммуникативные системы в политике</b> 1.2.1. Основные каналы распространения политически значимой информации. 1.2.2. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. 1.2.3. Классификация информационно-коммуникативных систем.		2					Реферат*
Тема 2.1	<b>Теории политической коммуникации</b> 2.1.1 Понятие микроуровня социально-политических исследований. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия 2.1.2. Концепция "когнитивного диссонанса" Л. Фестингера. 2.1.3. Теория "полезности и удовлетворения потребностей" Э. Каца.	2					[1-7], [9-13], [15].	Блиц-опрос*

Тема 2.2	<b>Теории политической коммуникативистики</b> 2.2.1. Концепция "установления повестки дня" ("agenda-setting") Д. Шоу и М. Маккомбса. 2.2.2. Критические теории политической коммуникации. 2.2.3. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция.		2					Доклад *
Тема 3.1	<b>Политическое консультирование</b> 3.1.1. Сущность политического консультирования. 3.1.2. Функции политического консультирования. 3.1.3. Происхождение политического консалтинга.	2					[1-7], [9-13], [15].	Блиц-опрос*
Тема 3.2	<b>Основы политического консультирования</b> 3.2.1. Связь политического консалтинга со смежными областями научного знания. 3.2.2. Субъекты и типология политического консалтинга. 3.2.3. Формирование целей в политическом консалтинге.		2					Презентация*
Тема 4.1	<b>Политический PR и политическая реклама</b> 4.1.1 Основные понятия и категории политического маркетинга. 4.1.2. История зарождения и методологические основы политического маркетинга. 4.1.3. Избирательный маркетинг.	2					[1-7], [8-13], [15].	Словарный диктант*
Тема 4.2	<b>Основы политического PR и политической рекламы</b> 4.2.1 Государственный маркетинг. 4.2.2. Цели политического маркетинга, его специфика. 4.2.3. Виды политических PR-кампаний.		2					Тест*
Тема 5.1	<b>Жанры политической рекламы и PR в СМИ</b> 5.1.1 Дифференциация рекламных жанров в зависимости от характера коммуникации и коммуникационного канала. 5.1.2. Техническое исполнение материала как один из критериев жанрового своеобразия рекламы. 5.1.3. Выступления политиков и теледебаты.	2					[1-7], [8-13], [15].	Блиц-опрос*
Тема 5.2	<b>Специфика жанров телевизионной политической рекламы</b> 5.2.1 Американская и европейская модель проведения теледебатов. 5.2.2. Классификация рекламных роликов. 5.2.3. Телевизионные политические шоу.		2					Реферат*

Тема 5.3	<b>Жанровые единицы газетно-журнальной периодики</b> 5.3.1 Жанр интервью. 5.3.2. Жанр политического портрета. 5.3.3. Программные документы, обращения политиков, политические очерки.	2						Блиц-опрос*
Тема 5.4	<b>Формы политической PR -коммуникации</b> 5.4.1 Возможности размещения плаката и листовки в газетном и журнальном формате. 5.4.2. Рекламная фотография.		2					Презентация*
Тема 6.1	<b>Интернет в политической коммуникации</b> 6.1.1. Основные преимущества Интернет-среды для организации рекламных кампаний. 6.1.2. Технологии Big Data и микротаргетинга. 6.1.3. «Интернет вещей» и технология блокчейн в информационном обществе. Искусственный интеллект.	2					[1-7], [9-13], [15].	Блиц-опрос*
Тема 6.2	<b>Интернет-среда в политической коммуникации</b> 6.2.1. Информационные серверы. 6.2.2. Персональные и партийные сайты. 6.2.3. Электронные голосования, гостевые книги, обсуждения на форумах, чаты.		2					Доклад*
Тема 7.1	<b>Манипуляция в политической рекламе и PR</b> 7.1.1 Способы и средства манипуляции политическим восприятием. 7.1.2 Виды манипулятивных технологий. 7.1.3 Основания политического манипулирования.	2					[1-7], [9-15].	Блиц-опрос*
Тема 7.2	<b>Манипуляция общественным сознанием</b> 7.2.1 Признаки применения манипулятивных технологий в политической рекламе. 7.2.2 Приемы политического манипулирования.		2					Презентация*
Тема 7.3	<b>Борьба с дезинформацией</b> 7.3.1. Дезинформация как средство манипуляции. 7.3.2. Феномен фейк-ньюс (дип-фейки, фотофейки, видеофейки). 7.3.3 Основы фактчекинга.	2						Блиц-опрос*

Тема 7.4	<b>Источники манипуляции</b> 7.4.1. Манипуляция образами и стереотипами. 7.4.2. Индокринация населения и политическая реклама. 7.4.3. Психология PR.		2					Доклад*
Тема 8.1	<b>Информационная безопасность</b> 8.1.1 Динамика развития понятийного аппарата «безопасность». 8.1.2 Информационная безопасность, ее специфика. 8.1.3 Определение информационной безопасности.	2					[1-7], [9-13].	Блиц-опрос*
Тема 8.2	<b>Сферы информационной безопасности</b> 8.2.1 Безопасность открытых информационных сетей. 8.2.2 Информационно-психологическая безопасность. 8.2.3 Информационный терроризм.		2					Реферат*
Тема 8.3	<b>Информационные угрозы</b> 8.3.1 Угрозы информационной безопасности. 8.3.2 Принципы классификации и источники угроз	2						Блиц-опрос*
Тема 8.4	информационной безопасности. 8.3.3 Субъекты информационного воздействия.							
	<b>Политика Республики Беларусь по обеспечению информационной безопасности</b> 8.4.1 Концепция информационной безопасности Беларуси. 8.4.2 Стандарты информационной безопасности Республики Беларусь.		2					Тест*
Тема 9.1	<b>Информационная война</b> 9.1.1 Объект и субъект информационного противоборства. 9.1.2 Принципы ведения информационных войн. 9.1.3 Типологии информационных войн.	2					[1-7], [9-13].	Блиц-опрос*
Тема 9.2	<b>Цифровые аспекты информационной войны</b> 9.2.1 Цифровые технологии в информационных войнах. 9.2.2 Цифровые фейки в международных отношениях. 9.2.3 Информационное оружие.		2					Презентация*
Тема 9.3	<b>Современные информационные войны</b> 9.3.1 Инструментарий информационной войны. 9.3.2 Стратегии трансформации информационного пространства. 9.3.3 Информационные войны в мирное и военное время.	2						Блиц-опрос*

Тема 9.4	<b>Вызовы глобального информационного пространства</b> 9.4.1 Мониторинг глобального информационного пространства информационно-аналитическими системами США и их союзников. 9.4.2 Гибридные войны.		2					Защита проекта*
	<b>Всего</b>	<b>26</b>	<b>26</b>					

\*мероприятия текущего контроля

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ЛИТЕРАТУРА

#### *Основная:*

1. Агеев, Р. Выборы: Управление избирательной кампанией / Р. Агеев, П. Мешков. – Санкт-Петербург: Питер, 2022. – 493 с.
2. Введение в политическую теорию [Электронный ресурс]: курс лекций: учебное пособие / под ред. Т. В. Карадже, А. Г. Глинчиковой; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Московский педагогический государственный университет. – Москва: Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2019. – 256 с. – Режим доступа: по подписке: URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563681> (дата обращения: 19.12.2023).
3. Денисюк, Н. П. Введение в политическую теорию / Н. П. Денисюк, Е. Ф. Гречнева. – Минск : Вышэйшая школа, 2019. – 363 с.
4. Кафтан, В. В. Политическая конфликтология и технологии урегулирования конфликтов: учебник / В. В. Кафтан; Финансовый университет при правительстве Российской Федерации. - Москва: Кнорус, 2024. - 394 с.
5. Социальное государство и социальная политика: пособие / С. В. Лапина [и др.]; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2020. – 214 с.

#### *Дополнительная:*

1. Владимирова М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) : монография / М.Б. Владимирова. - М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. - 144 с
2. Гречнева, Е.Ф. Общественная политика и управление в Республике Беларусь : учеб, пособие для студ. юрид. фак-та по спец. 1-23 01 06 "Политология (по направлениям)" / Е. Ф. Гречнева. - Минск : БГУ, 2008. - 119 с. - Библиогр.: с. 115- 117. - ISBN 978-985-485-850-0 : 3400-00.
2. Грачев М.Н. «Электронная демократия» и «электронное правительство»: к вопросу об определении понятий с учетом реалий становления информационного общества/ М. Н. Грачев// Политическое управление и публичная политика XXI века: Государство, общество и политические элиты / Редкол.: О. В. Гаман- Голутвина (отв. ред.) и др. - М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2008. С. 334-345.
3. Грачев М.Н. Микроуровневые теории политико-коммуникационных процессов в американской политической науке XX века/ М. Н. Грачев, А. Д. Трахтенберг// Вестник Российского университета дружбы народов. - Серия: Политология. - 2004. - № 1 (5). - С. 89-96 [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/62678>.
4. Грачев М.Н. СМИ и социально-политические акторы: обобщенная модель взаимодействия/ М.Н. Грачев// Моделирование в социально-политической

сфере: Научный альманах. - 2007. - № 1. - С. 63-67.

5. Ирхин Ю.В. Политология: Учебник / Ю. В. Ирхин, В. Д. Зотов, Л. В. Зотова. - М.: Юристъ, 2002,- 511 с. [Электронный ресурс.]. - Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/59330>.

6. Истон Д. Категории системного анализа политики / Д. Истон // Источник: Политология: Хрестоматия. / Сост.: проф. М. А. Василик, доц. М. С. Вершинин. - М.: Гардарики, 2000. С. 319-331 [Электронный ресурс.]- Режим доступа: <http://grachev62.narod.ru/hrest/chapt27.htm>.

7. Карлсон Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация / Дж. Карлсон, пер. М. М. Назарова // Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования. - М.: Аванти плюс, 2004. С. 354-366.

8. Керстинг Н. Электронное голосование и демократия в Европе / Н. Керстинг, пер. с англ. М. Н. Грачева // Политическая наука. - 2007. -№. 4. — С. 123-144.

9. Кретов Б. Е. Средства массовой информации - элемент политической системы общества/ Б. Е. Кретов// Социально-гуманитарные знания. - 2000,- № 1,- С. 101-115.

10. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии / Е. Г. Морозова. - М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 1999.- 247 с. [Электронный ресурс.]- Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/62522>.

11. Нисневич Ю.А. Информационно-коммуникационная стабилизация политической системы / Ю. А. Нисневич // Вестник Российского университета дружбы народов. - Серия: Политология. - 2006. - № 1 (6). - С. 68-80 [Электронный ресурс.]. - Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/81465>.

12. Подгорная ЛД. Политическая реклама как форма коммуникации современного общества / Л. Д. Подгорная // Вестник Российского университета дружбы народов. - Серия: Политология. - 2006. — № 8. - С. 85-94 [Электронный ресурс.]. - Режим доступа: <http://www.humanities.edu.rU/db/msg/81497>.

13. Пушкарева Г. В. Политические коммуникации / Г. В. Пушкарева // Политическое обеспечение бизнеса / Под ред. Ю. С. Коноплина. – М.: Издательство МАИ, 1995. – С. 45–54 [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <http://grachev62.narod.ru/pob/chapt05.htm>.

14. Шейнов, В. П. Манипулирование и защита от манипуляций / В. П. Шейнов. – Спб.: Питер, 2021. – 384 с.

15. Шейнов, В. П. Управление конфликтами / В. П. Шейнов. – Спб.: Питер, 2019. – 576 с.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКЗАМЕНА

1. Предмет политической коммуникативистики и основные подходы к определению понятия "политическая коммуникация".
2. Основные каналы распространения политически значимой информации.
3. Концепция "когнитивного диссонанса" Л. Фестингера.
4. Концепция "установления повестки дня" ("agenda-setting") Д. Шоу и М. Маккомбса.
5. Критические теории политической коммуникации.
6. Функции политического консультирования.
7. Связь политического консалтинга со смежными областями научного знания.
8. Избирательный маркетинг.
9. Цели политического маркетинга, его специфика.
10. Виды политических PR-кампаний.
11. Американская и европейская модель проведения теледебатов.
12. Телевизионные политические шоу.
13. Жанровые единицы газетно-журнальной периодики.
14. Технологии Big Data и микротаргетинга.
15. «Интернет вещей» и технология блокчейн в информационном обществе. Искусственный интеллект.
16. Персональные и партийные сайты.
17. Виды манипулятивных технологий.
18. Признаки применения манипулятивных технологий в политической рекламе.
19. Приемы политического манипулирования.
20. Дезинформация как средство манипуляции.
21. Феномен фейк-ньюс (дип-фейки, фотофейки, видеофейки).
22. Основы фактчекинга.
23. Информационная безопасность, ее специфика.
24. Информационно-психологическая безопасность.
25. Информационный терроризм.
26. Принципы классификации и источники угроз информационной безопасности.
27. Концепция информационной безопасности Беларуси.
28. Типологии информационных войн.
29. Инструментарий информационной войны.
30. Гибридные войны.

## ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- контролируемая самостоятельная работа в виде выполнения индивидуальных заданий во время проведения практических занятий под контролем преподавателя;
- формирование списка литературы по индивидуальным темам;
- подготовка и оформление рефератов по индивидуальным темам;
- подготовка докладов и презентаций по индивидуальным темам.

### Содержание самостоятельной работы студентов (дневная форма получения высшего образования)

Вид самостоятельной работы	Тематическое содержание и используемые источники	Количество часов
Углубленное изучение отдельных тем учебной дисциплины	Тема 2.1 Осн. литература: [1], [3-5], [7]; Доп. литература: [9-13]	4
	Тема 3.1 Осн. литература: [1-2], [4-5], [7]; Доп. литература: [11-13]; [15]	4
	Тема 4.1 Осн. литература: [1], [3-5]; Доп. литература: [10-13]	4
	Тема 5.1 Осн. литература: [1], [3-5], [7], [9]; Доп. литература: [9-13]; [15]	4
	Тема 6.1 Осн. литература: [1-2], [4-5], [7]; Доп. литература: [15]	4
Подготовка к практическим занятиям	Тема 4.1 Осн. литература: [1], [3-5], [7]; Доп. литература: [9-13]	4
	Тема 7.1 Осн. литература: [2], [5-6], [8]; Доп. литература: [15]	4
Подготовка проекта	Тема 3.1 Осн. литература: [1-2], [4-5], [7]; Доп. литература: [11-13]; [15]	2
	Тема 4.1 Осн. литература: [1], [3-5]; Доп. литература: [10-13]	2
	Тема 5.1 Осн. литература: [1], [3-5], [7], [9]; Доп. литература: [9-13]; [15]	4
	Тема 7.1 Осн. литература: [1], [3-5], [7], [9]; Доп. литература: [9-15]	

	Тема 8.1 Осн. литература: [1], [3–5], [7], [9]; Доп. литература: [9–13]; [15]	
Подготовка к экзамену		20
<b>Итого:</b>		<b>56</b>

## КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА УСВОЕНИЯ ЗНАНИЙ

Мероприятия промежуточного контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля: блиц-опрос, словарный диктант, коллоквиум, подготовка докладов, письменных рефератов и презентаций, а также устных выполнение и защита проектных заданий, дискуссия, выполнение тестов.

Итоги текущего контроля за семестр оцениваются оценкой по 10-бальной шкале и высчитывается на основании оценок, которые были выставлены во время проведения мероприятий текущего контроля на протяжении семестра.

Отметка текущего контроля ( $T$ ) за семестр определяется как среднеарифметическая величина по результатам мероприятий текущего контроля по формуле:

$$T = \frac{\left( \frac{T_1 + T_2 + \dots + T_n}{n} + b + c \right)}{2}$$

где,  $T$  – отметки за работу на семинарских занятиях,  $b$  – средняя арифметическая отметка за тестирование,  $c$  – отметка за проект.

Отметка по итогам текущего контроля может быть повышена с учетом участия студента в научно-практических мероприятиях, учебно-исследовательской, научно-исследовательской работе (при достижении существенных результатов).

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Итоговая отметка по учебной дисциплине является средневзвешенной и формируется с учетом весового коэффициента текущего контроля ( $k$ ). Весовой коэффициент текущего контроля устанавливает вклад отметок, полученных в ходе текущего контроля в течение семестра, и равен 0,5.

Итоговая отметка по учебной дисциплине рассчитывается на основе итоговой отметки за семестр и отметки, полученной студентом за ответ на экзамене, по формуле:

$$\text{ИО} = k \cdot T + (1 - k) \cdot \text{Э},$$

где ИО – итоговая отметка по учебной дисциплине;

$T$  – итоговая отметка за семестр;

$k$  – весовой коэффициент текущего контроля;

Э – отметка по десятибалльной шкале, полученная студентом за ответ по билету.

Положительной является итоговая отметка не ниже 4 (четырёх) баллов.

## ХАРАКТЕРИСТИКА (ОПИСАНИЕ) ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ К ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе обучения используются мультимедийные технологии, что позволяет представить учебный материал не только в традиционном, но и в более доступном для восприятия студентами визуально-вербальном виде. Разработка конкретной темы практического (семинарского) занятия может быть представлена в виде презентации подготовленных самими студентами. Подготовка творческих заданий в виде компьютерных презентаций развивает творческое воображение студентов, формируя образное мышление. Среди образовательных технологий, способствующих раскрытию творческого потенциала студентов, формированию собственной общественной позиции, приобретению навыков научной работы используется метод проектов.

Основой образовательного проекта является самостоятельная целенаправленная исследовательская деятельность студента. В результате такой технологии студент получает навыки планирования научной деятельности и выполнения задач проблемного характера, использования общенаучных, общеисторического и междисциплинарных методов познания. Метод проектов выступает перспективной образовательной технологией с точки зрения организации самостоятельной и командной работы студентов в рамках отдельной темы, проблемы изучаемой дисциплины. Расширяется поле деятельности студентов. Метод проектов в рамках дисциплины дополняет традиционную лекционно-семинарскую технологию обучения.

Среди других образовательных технологий, проектный метод, для подготовки будущих специалистов, выделяется рядом привлекательных характеристик. Во-первых, он способствует яркому, эмоциональному восприятию информации. Во-вторых, значительно расширяет круг исторических источников (в том числе, видео-, аудиоисточников), которые изучает студент. В-третьих, существенно углубляет знания студентов по отдельным темам, проблемам курса, делает полученные таким путем знания более устойчивыми и осмысленными. Важным этапом проектной деятельности является выбор темы и определение цели проекта. Успех будущей работы зависит от удачного сочетания научных увлечений студентов и содержания учебной деятельности. Детальная разработка каждой темы позволяет студентам найти, выделить, систематизировать большой информационный и справочный материал, создать визуальное эмоциональное восприятие проекта.

Работа над проектами способствует укреплению внутри молодежного коллектива коммуникационных связей, основанных на совместной интеллектуальной работе, создает возможности для раскрытия творческого потенциала личности и более полной реализации научных интересов студентов. Помогает освоить новые способы деятельности на основе интегрированного содержания; вывести образование за пределы университета, используя потенциал информационных ресурсов. Тема проекта: «Вызовы глобального информационного пространства». На дневной форме получения высшего образования на подготовку проекта выделяется 12 ч.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Политическая коммуникация	Социальных коммуникаций	<i>нет</i>	

Заведующий кафедрой  
социальных коммуникаций,  
к.и.н., доцент



С.О. Шидловский