

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан социологического факультета,
профессор
Н.Г. ОСИПОВА
« _____ » _____ 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
«Социально-политические коммуникации»
«Socio-political communications»

Уровень высшего образования
бакалавриат

Направление подготовки (специальность)
41.03.06 – Публичная политика и социальные науки

Направленность (профиль) ОПОП:
Экспертная деятельность в управлении социально-политическими проектами

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
На заседании Учёного Совета факультета
(протокол №__ от_____ 2023 г.)

Москва – 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.06 – Публичная политика и социальные науки (уровень бакалавриата), утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ № 1001 от 13 августа 2020 г. (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020г.)

Год (годы) приёма на обучение: 2021, 2022, 2023

1. **Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО** относится к блоку базовых дисциплин профессионального цикла вариативной части, изучается студентами в 4-ом семестре.
2. **Входные требования для освоения дисциплины**, предварительные условия освоения дисциплины: «Социология», «Правоведение», «Современная социология», «Социальная политика», «Государственное и муниципальное управление».
3. **Результаты обучения по дисциплине (модулю)**, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников:

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряжённые с компетенциями
ОПК-1 Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке РФ и иностранном (ых) языке (ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	Индикатор ОПК-1.2 Использует основные приемы и техники аргументации для построения эффективного профессионального диалога	Знать основы деловой коммуникации и основные приёмы и техники аргументации Уметь эффективно выстраивать профессиональных диалог
ОПК-5 Способен формировать дайджесты и аналитические материалы общественно-политической направленности по профилю деятельности для публикации в научных журналах и средствах массовой информации	Индикатор ОПК-5.1 Отбирает и анализирует материалы общественно-политической направленности для публикации в СМИ	Уметь осуществлять отбор необходимой социально-политической информации по конкретной проблеме

	<p>Индикатор ОПК-5.2 Участует в подготовке текстов различной жанрово-стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно-политической направленности) по профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах</p>	<p>Знать виды текстов различной жанрово-стилистической принадлежности и требования к логике их построения Знать специфику размещения дайджестов и аналитических материалов в различных типах СМИ Уметь писать и оформлять тексты различной жанрово-стилистической направленности</p>
<p>ПК-4 Способен проводить экспертизу социально-политических проектов, государственных, региональных, организационных программ, информационных кампаний и разрабатывать рекомендации по их совершенствованию под руководством специалиста более высокой квалификации</p>	<p>Индикатор ПК-4.1 Знает основы социальной экспертизы, осуществляет отбор методик для проведения экспертизы социально-политических проектов, государственных, региональных, организационных программ, информационных кампаний</p>	<p>Знать основы социальной экспертизы Знать требования к перечню документации, необходимой для реализации организационных и социальных проектов государственных, общественных и иных организаций Знать структуру информационных кампаний Знать критерии оценки эффективности информационных кампаний Уметь осуществлять отбор методик для проведения экспертизы эффективности информационных кампаний</p>
<p>ПК-8 Способен к участию в реализации программ формирования общественного мнения в интересах органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений, бизнес-структур, некоммерческих, профессиональных и иных организаций, СМИ</p>	<p>Индикатор ПК -8.1. Проводит мониторинг СМИ с целью анализа имиджа органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений, бизнес-структур, некоммерческих, профессиональных и иных организаций</p>	<p>Знать основные виды и специфику средств массовых коммуникаций Знать методы исследования медиа Уметь использовать инструменты мониторинга СМИ и социальных медиа</p>

4. **Формат обучения:** очный.

5. **Объём дисциплины (модуля)** составляет 3 з.е., в том числе 48 академических часов, отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем, (32 часа лекций, 16 часов практических занятий); 60 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

6. **Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:**

Наименование разделов и тем дисциплин / Наименование разделов (этапов) практики	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы</i>			Самостоятельная работа обучающегося
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Политика и политическая деятельность: информационно-коммуникационный аспект.	6	2		2	4
Тема 2. Теории политической коммуникации в современной социологической и политической науке.	8	2	2	4	4
Тема 3. Коммуникативные процессы в политике.	10	2	2	4	6
Тема 4. СМИ и современные масс-медиа в системе организации публичной власти.	8	4		4	4

Тема 5. Интернет-коммуникации: теоретические концепции, прикладное значение.	10	2	2	4	6
Тема 6. «Электронная демократия» и «Электронное правительство» в России: перспективы развития.	10	4		4	6
Тема 7. Государственная информационная политика в России.	8	2	2	4	4
Тема 8. Социально-коммуникационные институты. Перспективы развития социальной коммуникации.	6	2		2	4
Тема 9. Специфика политической коммуникации: понятие, виды, способы осуществления политической коммуникации.	8	2	2	4	4
Тема 10. Психологическая характеристика субъектов политических коммуникаций.	8	2	2	4	4
Тема 11. Основы имидж-стратегии в социальнополитических коммуникациях.	8	2		2	6
Тема 12. Методология политико-психологических исследований.	10	4	2	6	4
Тема 13. Тенденции и проблемы развития политических коммуникаций в современной России.	8	2	2	4	4
	108	32	16	48	60

Промежуточный контроль (зачёт)					
ИТОГО	108		48		60

Содержание учебной дисциплины:

Тема 1. Политика и политическая деятельность: информационно-коммуникационный аспект.

Политика как сфера деятельности и форма организации отношений, взаимодействия, коммуникации между людьми. Сущность политической коммуникации. Соотношение между понятиями "политика" и "управление", "коммуникация", "управление", "социальная коммуникация" и "политическая коммуникация". Предмет политической коммуникативистики. Основные подходы к определению понятий: «социальная коммуникация», «массовая коммуникации», «политическая коммуникация». Информационно-коммуникативные системы в политике, различные основания их классификации.

Тема 2. Теории политической коммуникации в современной социологической и политической науке.

«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. Коммуникативные процессы в политике.

Коммуникации в политике. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.

Тема 4. СМИ и современные масс-медиа в системе организации публичной власти.

Политика как борьба элит за власть и роль средств массовой информации. Структура политических технологий. Политическая реклама и PR в системе идеологического воздействия. Основания политического манипулирования. Технологии информационного насилия, манипулирования, массового внушения. Приемы политического манипулирования, используемые СМИ. СМИ и современные технологии организации избирательных кампаний и информационного воздействия на аудиторию. Манипулятивный потенциал СМИ. Публичная

политика как информационно-диалогическое взаимодействие субъектов политики. Роль СМИ в формировании публичной сферы. СМИ и информационный обмен между политиками и гражданами, властью и обществом. СМИ – организатор диалога между всеми субъектами политики.

Тема 5. Интернет-коммуникации: теоретические концепции, прикладное значение.

Теоретический анализ интернета как социального феномена. Социологические основания возникновения теорий социальных сетей. Социальные сети в теориях информационного общества. Теория шести рукопожатий. Акторно-сетевая теория Б. Латура и Дж. Лоу. Феномен «силы слабых связей» (М. Грановеттер). Интернет как глобальное средство массовой коммуникации, уникальные возможности и особенности интернет-информирования, виды интернет-ресурсов (новостные сайты, блоги, социальные сети и т.д.). Гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность как новая характеристика коммуникации. Интернет как институт гражданского общества. Социальная и политическая активность в интернете. Интернет-маркетинг как форма коммуникации, ее особенности в условиях индивидуализации потребительского спроса. Концепция формирования и продвижения бренда в виртуальной среде. Основные способы продвижения в социальных сетях: реальная практика в России и в мире.

Тема 6. «Электронная демократия» и «Электронное правительство» в России: перспективы развития.

Интернет-коммуникации в социально-политической сфере. Интернет-коммуникация как инструмент расширения позитивных возможностей политического участия. Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства». Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)», её роль и значение в формировании механизмов «электронной демократии» в Российской Федерации.

Тема 7. Государственная информационная политика в России.

Анализ основных подходов к исследованию государственной информационной политики. Понятие государственной информационной политики. Принципы и функции государственной информационной политики. Приоритетные направления и организационно-правовые основы государственной информационной политики РФ. Информационная безопасность Российской Федерации в условиях угрозы информационного терроризма и информационной войны. Информационные войны и социально-политические коммуникации. Информационные войны как новый формат политического противодействия. Практика ведения информационных войн в современном мире. Политика государства в области информационной безопасности и технология защиты информации Актуальные проблемы построения информационного общества в России.

Тема 8. Социально-коммуникационные институты. Перспективы развития социальной коммуникации.

Понятие «социально-коммуникационный институт». Происхождение и виды социально-коммуникационных служб, систем, институтов. Кумулятивные институты, выполняющие функцию социальной памяти: архивная деятельность, библиотечно-

библиографическая деятельность, музейная деятельность, система научно-технической информации, Интернет. Некумулятивные институты: народное образование, система массовой коммуникации, книгоиздательская, книготорговая деятельность и др. Сущностные и прикладные функции социально-коммуникационных институтов, систем, служб. Социально-культурные потребности и условия развития социальной коммуникации в XXI веке. Конкурирующие тенденции экономического, политического, культурного развития: глобализм и национализм.

Тема 9. Специфика политической коммуникации: понятие, виды, способы осуществления политической коммуникации.

Модели политической коммуникации. Комплекс коммуникаций политического маркетинга. Роль СМИ и СМК в реализации политической коммуникации. Социально-коммуникативные кампании в периоды выборов. Формирование имиджа политического лидера. Информационно-коммуникативные технологии политической коммуникации. Специфика политической коммуникации в гражданском обществе. Электронная демократия. Использование информационных технологий для связи власти с различными видами общественности.

Тема 10. Психологическая характеристика субъектов политических коммуникаций.

Личность в политической коммуникации. Формы участия личности в политической деятельности. Политический лидер как субъект политической коммуникации. Типы политического лидерства. Гражданское общество и государство как субъекты политической коммуникации. Государственные институты как субъекты коммуникации. Общественные организации и группы как субъекты коммуникации. Политические партии как субъект политики. Политическое сознание как фактор, опосредующий политический процесс. Типы политического сознания (менталитета): тоталитарный, авторитарный, демократический. Трансформации политического менталитета в России.

Тема 11. Основы имидж-стратегии в социально-политических коммуникациях.

Имидж-технологии в политической коммуникации. Сопоставление понятий "имидж" и "образ". Функции политического имиджа. Социально-психологические характеристики имиджа. Свойства политического имиджа. Классификация имиджей политиков. Стратегия и тактика конструирования имиджа политика. Модели образа политического лидера. Мифологические аспекты политического имиджа. Инструменты формирования имиджа. Специфика различных видов политического имиджа. Специфика формирования имиджа женщины политика. Этнопсихологические характеристики политического имиджа. Имидж политической партии. Имидж региона. Психологические аспекты формирования имиджа России на современном этапе её развития. Методы оценки имиджа (семантический дифференциал Ч. Осгуда, метод репертураных решеток Келли, метод группировки).

Тема 12. Методология политико-психологических исследований.

Методы исследования в политической психологии. Специфика изучения субъектов политических коммуникаций. Возможности и ограничения традиционных психологических методов исследования политических субъектов. Характеристика тестов и социологических

опросов, наблюдения и эксперимента. Метод экспертной оценки и психолингвистический анализ, метод фокусированных интервью и метода фокус-групп. Биографические методы в политической психологии. Проективные методики изучения социальных установок политического сознания. Психосемантические методы исследования в политико-психологических исследованиях. Контент-анализ, интентанализ, анализ слухов в политико-психологических исследованиях. Составление паспорта избирательного округа – специфический метод изучения электората в период предвыборной кампании.

Тема 13. Тенденции и проблемы развития политических коммуникаций в современной России.

Трансформации политического сознания в современной России. Особенности политического сознания и восприятия образов власти различных социальных групп (гендерных, этнических). Проблема «центра» и «регионов» в политических коммуникациях. Проблема политической коммуникации поколений в современной России. Социальные аспекты внедрения новых коммуникационных технологий в России. Образ России в сознании россиян. Образ России в мире. Тенденции трансформации. Политические коммуникации как инструмент гармонизации общественных отношений. Эффективность политических коммуникаций.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

7.1.1. Контрольные вопросы для подготовки к семинарским занятиям:

1. Раскройте суть интерпретации политики в качестве особой формы коммуникации между людьми.
2. Сравните подходы к интерпретации политической коммуникации в рамках «теории волшебной пули» Г. Лассуэлла и двухступенчатой модели коммуникационного воздействия, предложенной П. Лазарсфельдом, Б. Берельсоном и Х. Годэ.
3. Выявите основные тенденции рассмотрения речевой и визуальной коммуникации в политической сфере в рамках социально-философских учений Античности, западноевропейского Средневековья и Эпохи Возрождения.
4. Определите логическое соотношение между понятиями «коммуникация», «управление», «социальная коммуникация» и «политическая коммуникация».
5. Определите общие и специфические черты концепции «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера и теории «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца.
6. Раскройте суть борьбы мнений, развернувшейся вокруг проблемы свободы слова в Новое время.
7. Перечислите основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация», используемые в работах зарубежных политологов.
8. Охарактеризуйте специфику микро- и макроуровневых исследований политической коммуникации.
9. Охарактеризуйте специфику рассмотрения отдельных сторон политической коммуникации в рамках марксистской концепции.

10. Перечислите основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация», используемые в работах отечественных политологов.
11. Охарактеризуйте сходство и различие в рассмотрении процессов политической коммуникации с позиций «теории культивации» Дж. Гербнера и концепции «установления повестки дня» Д. Шоу и М. Маккомбса.
12. Назовите основания, по которым строится классификация информационно-коммуникативных систем в политической сфере.
13. Выделите наиболее существенные аспекты политико-коммуникационных процессов, положенные в основу модели политической системы Д. Истона.
14. Оцените достоинства и недостатки «формулы Лассуэлла» и обобщенной модели коммуникационного процесса Дж. Гербнера.
15. Дайте характеристику факторам, оказывающим наиболее существенное воздействие на деятельность СМИ в информационном поле политики.
16. Объясните специфику отражения процесса распространения сообщений в модели К. Шеннона – У. Уивера.
17. Охарактеризуйте этапы развития отношений между СМИ и официальными источниками информации при помощи модели У. Гайбера – У. Джонсона.
18. Выявите функцию механизма обратной связи в моделях У. Шрамма и М. Дефлёра.
19. Объясните процесс целенаправленного отбора и «фильтрации» сведений для освещения в СМИ, используя модели Д. Уайта и Дж. Макнелли.
20. Определите специфические черты альтернативных видов движения информации в соответствии с моделями, предложенными Й. Бордвигом и Б. ван Каамом.
21. Назовите ключевые факторы, влияющие на целенаправленный отбор сведений для освещения в СМИ, на которых акцентируется внимание в модели Й. Галтунга – М. Руге.
22. Охарактеризуйте тенденцию эволюции форм политической коммуникации, наметившуюся в условиях становления информационного общества.
23. Раскройте логическую последовательность формирования медиа-образа социально-политической действительности.
24. Официальная и неформальная социальная и политическая коммуникация при разных политических режимах.

7.1.2. Темы рефератов:

1. «Малые» информационно-психологические войны.
2. PR-технологии в системе политических коммуникаций.
3. Агитационная речь как средство политического PR.
4. Агрессивность политической коммуникации в ходе предвыборной борьбы.
5. Анализ освещения одного события разными СМИ.

6. Афоризмы в политическом дискурсе США и России.
7. Гендерные особенности политического дискурса.
8. Государственный и политический PR.
9. Законы власти в рекламном дискурсе.
10. Изменение роли коммуникации в информационном обществе.
11. Имидж политического лидера.
12. Имидж политической партии.
13. Ирония в политическом дискурсе.
14. Использование теории переговоров для анализа парламентских дебатов.
15. Коммуникативные процессы периода выборов.
16. Коммуникация в структуре человеческой цивилизации.
17. Модели пропагандистской коммуникации.
18. Модели психотерапевтической коммуникации.
19. Модель коммуникации с позиций PR, пропаганды и рекламы.
20. Невербальное общение политиков.
21. Политический лидер как знаковый объект.
22. Построение имиджа партии с помощью телевидения.
23. Предвыборные технологии в российском политическом дискурсе.
24. Прецедентные феномены в политической рекламе.
25. Применение языковых средств манипулирования при создании образа политика в современном дискурсе.
26. Пропагандистская кампания в политике.
27. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
28. Семиотические модели коммуникации.
30. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
31. Создание специальных событий как типа политических коммуникаций.
32. Социологические и психологические модели коммуникации.
33. Становление информационно-коммуникативного общества в России.

7.1.3. Темы эссе:

1. Информационно-психологическая война. Исторические примеры.
2. PR- и GR-технологии: общие и отличительные черты.

3. Агитационная речь как средство политического PR.
4. Политические коммуникации в ходе предвыборной борьбы.
5. Анализ освещения одного события разными СМИ.
6. Афоризм в политической коммуникации.
7. Гендерные особенности политического дискурса.
8. Государственный и политический PR в информационном глобальном обществе.
9. Роль современных Интернет-коммуникаций в информационном обществе.
10. Имидж современного политического лидера.
11. Политическая партия; формирование имиджа.
12. Ирония в политическом дискурсе.
13. Использование теории переговоров для анализа парламентских дебатов.
14. Выборы как коммуникативный процесс.
15. Коммуникация в структуре человеческой цивилизации.
16. Модели пропагандистской коммуникации.
17. Модели психотерапевтической коммуникации.
18. Модель коммуникации с позиций PR, пропаганды и рекламы.
19. Невербальное общение политиков.
20. Модели современной пропаганды.
21. 21. Семиотические модели коммуникации.
22. Сетевая модели современных политических коммуникаций.
23. Политический язык: особенности и характеристики.
24. Исторические формы политического языка (конкретные примеры).
25. Языковые средства манипулирования при создании образа политика в современном дискурсе.
26. Пропагандистская кампания в политике.
27. Политическая коммуникация в обществе: основные функции.
28. Интернет и социальные сети в системе современных политических коммуникаций.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Политика как сфера деятельности и форма организации отношений, взаимодействия, коммуникации между людьми.
2. Основные подходы к определению понятий: «социальная коммуникация, «массовая коммуникация» и «политическая коммуникация».

3. «Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла.
4. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов».
5. Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера. Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца.
6. «Теория культивации» Дж. Гербнера. Концепция «установления повестки дня» («agenda-setting») Д. Шоу и М. Маккомбса.
7. Акторна-сетевая теория Б. Латура и Дж. Лоу. Феномен «силы слабых связей» (М. Грановеттер).
8. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона.
9. Информационно-коммуникативные системы в социальной сфере и политике, различные основания их классификации.
10. Понятие политического дискурса. Структура дискурса: участники, содержание, социально-политический контекст, формы, каналы, средства, функции.
11. Общественное сознание и формирование общественного мнения.
12. Методология политического маркетинга и PR.
13. Специфика политического маркетинга и PR в России.
14. Понятие стратегической политико-коммуникационной кампании.
15. Общие характеристики и основные виды стратегических политико-коммуникационных кампаний.
16. Стратегии политических кампаний в России.
17. Общие представления о технологиях Интернет-коммуникации. Преимущества Интернета по сравнению с традиционными коммуникационными каналами.
18. Проблема правового статуса Интернета. Возможности негативного использования Интернет-коммуникации в социально-политической сфере.
19. Интернет-коммуникация как инструмент расширения позитивных возможностей политического участия.
20. Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства» в России.
21. Основные подходы к исследованию государственной информационной политики.
22. Понятие государственной информационной политики. Принципы и функции государственной информационной политики.
23. Приоритетные направления и организационно-правовые основы государственной информационной политики РФ.
24. Информационная безопасность Российской Федерации в условиях угрозы информационного терроризма и информационной войны.
25. Политика государства в области информационной безопасности и технология защиты информации.
26. Актуальные проблемы построения информационного общества в России.

Критерии оценки ответов на зачёте:

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, даёт хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

Индикатор	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					Виды оценочных средств
	Оценка Результаты обучения	2	3	4	5	
Индикатор ОПК-1.2 Использует основные приемы и техники аргументации для построения эффективного профессионального диалога	Знать: основы деловой коммуникации и основные приемы и техники аргументации	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 1-5), контрольные вопросы, подготовка эссе (темы 1-9)

	Уметь: эффективно выстраивать профессиональн ых диалог	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическо е умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиальног о характера)	Успешное и систематическ ое умение	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 6-8), контрольные вопросы, подготовка эссе (темы 10-14)
Индикатор ОПК-5.1 Отбирает и анализирует материалы общественно- политической направленности для публикации в СМИ	Уметь: осуществлять отбор необходимой социально- политической информации по конкретной проблеме	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный опрос по контрольным вопросам, подготовка эссе (темы 15-20)
Индикатор ОПК-5.2. Участвует в подготовке текстов различной жанрово- стилистической принадлежности (дайджесты, аналитические материалы общественно- политической направленности) по	Знать: виды текстов различной жанрово- стилистической принадлежности и требования к логике их построения	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированны е систематические знания	Подготовка и написание эссе по темам 21-25; подготовка к написанию рефератов и дискуссии по темам рефератов (темы 1-15)
	Знать: специфику размещения	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированны е	Устный и письменный опрос по

профилю деятельности для публикации в СМИ и научных журналах	дайджестов и аналитических материалов в различных типах СМИ				систематические знания	лекционному материалу
	Уметь: писать и оформлять тексты различной жанрово-стилистической направленности	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Контрольные вопросы (темы 9-11)
Индикатор ПК- 4.1 Знает основы социальной экспертизы, осуществляет отбор методик для проведения экспертизы социально-политических проектов, государственных, региональных, организационных программ, информационных кампаний	Знать: основы социальной экспертизы	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 12,13), контрольные вопросы
	Знать: требования к перечню документации, необходимой для реализации организационных и социальных проектов государственных, общественных и иных организаций	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по всему лекционному материалу, дискуссии по темам рефератов (темы 16-20) контрольные вопросы

	Знать: структуру информационных кампаний	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 1-14), дискуссии по темам рефератов (темы 21-27)
	Знать: критерии оценки эффективности информационных кампаний	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Дискуссии по темам рефератов (темы 28-33), контрольные вопросы
	Уметь: осуществлять отбор методик для проведения экспертизы эффективности информационных кампаний	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Письменный опрос по темам семинарских занятий (темы 1-10), дискуссии, обсуждение тем эссе
Индикатор ПК -8.1 Проводит мониторинг СМИ с целью анализа имиджа органов государственной и муниципальной власти и управления,	Знать: основные виды и специфику средств массовых коммуникаций	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Письменный опрос по темам семинарских занятий (темы 11-15), дискуссии, обсуждение тем эссе, подготовка сообщений по

общественно-политических объединений, бизнес-структур, некоммерческих, профессиональных и иных организаций	Знать: методы исследования медиа	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	контрольным вопросам Письменный опрос по темам семинарских занятий (темы 16-18), дискуссии, обсуждение тем эссе, подготовка сообщений по контрольным вопросам
	Уметь: использовать инструменты мониторинга СМИ и социальных медиа	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение (допускает неточности принципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Письменный опрос по темам семинарских занятий (темы 22-24), дискуссии, обсуждение тем эссе, подготовка сообщений по контрольным вопросам

8. Ресурсное обеспечение.

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы:

а) основная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект-пресс, 2010. <https://freedocs.xyz/pdf-444284239> . 2. 2.
- Исаев Б.А. Теория партий и партийных систем: Учебное пособие для студентов ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2008. - 400 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20243257>

3. Конечкая В.П. Социология коммуникации. М.: МУБиУ, 1997. http://polbu.ru/konetskaya_commsociology
4. Конституция Российской Федерации (с текстом гимна России). Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. М.: Проспект, 2017. – 32 с. URL: <http://constitution.kremlin.ru/>
5. Мир политической науки: Учебник. В 2 книгах. Кн. 2. Персоналии / под общ. ред. А.Ю. Мельвиля. М.: Просвещение, 2005. – 559 с. URL: <https://mgimo.ru/library/publications/3835/>
6. Политическая наука: новые направления / под ред. Р. Гудина и Х.-Д. Клингеманна. М.: Вече, 1999. – 814 с. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-nauka-novye-napravleniya-in-t-otkrytoe-obschestvo-pod-red-gudina-r-klingemanna-h-d-nauchred-rus-izd-shestopal-e-b-m-veche-1999>
7. Политология: Учебник. А.Ю. Мельвиль и др. М.: МГИМО, 2010. - 618 с.
8. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / Отв. Ред. А.П. Чудинов / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – 292 с http://window.edu.ru/resource/014/67014/files/ucheb_posobie.pdf
9. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. <http://socioline.ru/pages/av-sokolovobschaya-teoriya-sotsialnoj-kommunikatsii>
10. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=216363&fld=134&dst=100017,0&rnd=0.7810836698451624#014350142773345675>
11. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. М.: Издательство Юрайт, 2017. (Серия: Бакалавр. Академический курс).
12. Хубецова З.Ф. Политическая коммуникация . — М. ; СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Ин-т «Высш. школа журн. и мас. коммуникаций», 2017. — 142 с. http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1530348469_6837.pdf

б) дополнительная литература:

1. Алмонд Г., Пауэлл Дж., Стром К., Далтон Р. Сравнительная политология сегодня: Мировой обзор. М.: Аспект-Пресс, 2002. – 537 с. URL: <https://lib.sale/politologiya-sravnitel'naya/sravnitel'naya-politologiya-segodnya-mirovoy.html>
4. Боришполец К.П. Методы политических исследований. М.: Аспект Пресс, 2005. – 221 с. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-49.html>
2. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002. <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%91/burdje-pjer/o-televidenii-i-zhurnalistike>
3. Ватолина Ю.В. Коммуникация как проблема существования (на основе опыта М. Виттиг, В. Беньямина, Ж. Бодрийара) // [Журнал социологии и социальной антропологии](http://ecsocman.hse.ru/text/33375617/). 2008. Т. 11. № 1. С. 117-126. <http://ecsocman.hse.ru/text/33375617/>
5. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Власть и политика. М.: РИПОЛ классик, 2017. (Или любое другое издание).
6. Вебер М. Понятие легитимного порядка // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. (Или любое другое издание).
4. Владимирова Т.В. Сетевые коммуникации как источник информационных угроз // [Социологические исследования](http://ecsocman.hse.ru/text/35506073/). 2011. № 5. С. 123-129. <http://ecsocman.hse.ru/text/35506073/>
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. Спб., 2011. <https://freedocs.xyz/pdf-488530612>

6. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 2010. https://www.isras.ru/files/File/publ/Scan_2018/Gofman_Moda_i_lyudi_1994.pdf
7. Даль Р. О демократии. М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=1272727>
8. Дегтярев А.А. Основы политической теории. М.: Высшая школа, 1998. 239 с. URL: <http://www.politnauka.org/library/uchebnik/degtzarev.php>
9. Дюверже М. Политические партии. М.: Академический Проект, 2005. – 544 с.
10. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия. М.: Новое издательство, 2011. – 464 с. URL: https://www.hse.ru/data/2013/04/13/1297095720/inglehart_welzel.pdf
11. Ледяев В.Г. Власть: концептуальный анализ. М.: РОССПЭМ, 2001. – 384 с. URL: <http://grachev62.narod.ru/led/content.htm>
12. Олсон М. Логика коллективных действий: общественные блага и теория групп. М.: Фонд Экономической инициативы, 1995. – 174 с. URL: <http://socioline.ru/book/m-olson-logika-kollektivnyh-dejstvij-obschestvennye-blaga-i-teoriya-grupp> Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / под ред. Е.Ю. Мелешкиной. М.: ИНФРА-М Весь мир, 2001.- 302 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21200572&>
13. Плющ А.Н. Об информационном влиянии политических субъектов на электорат // [Социологические исследования](#). 2010. № 1. С. 77-86. <http://ecsocman.hse.ru/text/30658603/>
14. Россия реформирующаяся. Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. Вып.15. М.: Новый хронограф, 2016. – 472 с. URL: <https://www.isras.ru/year-book.html>
15. Соловьев А.И. Политология. Политическая теория. Политические технологии: Учебник для студентов вузов. М.: Аспект - Пресс, 2003. – 559 с. (И другие издания).
16. Хантингтон С. Третья волна. Демократизация в конце XX века. М.: РОССПЭН, 2003. – 368 с.
17. Цой Л.Н. Практическая конфликтология. Москва: "Глобус", ООО ИЦП, 2001, 233 с. <http://ecsocman.hse.ru/>

Перечень лицензионного программного обеспечения.

Обязательное программное обеспечение – MS Office.

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Интернет-ресурсы:	Web-адрес:
Журнал «Социологические исследования»	http://www.ecsocman.edu.ru/socis/
Журнал «Полис. Политические исследования»	https://www.politstudies.ru/
Электронный научный журнал «Медиаскоп»	http://www.mediascope.ru/

International Communication Association	https://www.icahdq.org/
Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
Институт социологии РАН	http://www.isras.ru
Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
Электронная библиотека МГУ имени М.В.Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/publicdb/
Международный пресс-клуб	http://www.pr-club.com/
Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям	http://www.fapmc.ru
Официальный сайт ВЦИОМ	https:// www.wciom.ru
Институт социологии РАН	http://www.isras.ru/authority.html

Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватели:

Доброхотов Л.Н., профессор

Коркия Э.Д., доцент

11. Разработчик программы.

Коркия Э.Д., доцент