

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института магистратуры

И.В. Космачева
« 18 » 10 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института ИЭМ

Ю.А. Дерошенко
« 19 » 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Коммуникационные технологии в публичной сфере

направление подготовки (специальность):

41.04.06. Публичная политика

Направленность программы (профиль, специализация):

Управление в публичной политике

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Институт Экономики и менеджмента

Кафедра Теории и методологии науки

Белгород 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта

высшего образования - магистратура по направлению 41.04.06 "Публичная политика" № 1109, утвержденного 25.08.2020.

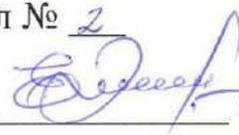
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель: д-р филос. наук, проф.

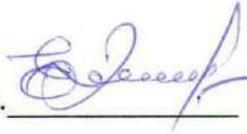
В.О. Шелекета

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры теории и методологии науки

« 7 » 10 2021 г., протокол № 2

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Е.Н. Чижова)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой теории и методологии науки

Заведующий кафедрой: д-р экон. наук, проф.  (Е.Н. Чижова)

« 7 » 10 2021 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 19 » 10 2021 г., протокол № 2

Председатель канд. экон. наук, доц.  (Л.И. Журавлева)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
--------------------------------	--------------------------------	--	--

<p>Коммуникационные технологии в публичной сфере</p>	<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>	<p>ОПК 1.1 Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.</p>	<p>Знать: - принципы, формы и методы профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности; - культурные отличия особенности межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде.</p> <p>Уметь: - осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); - реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p> <p>Владеть: навыками применения коммуникативные технологии с учетом межкультурного многообразия; способностью реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде; - умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры</p>
--	---	---	---

			<p>России и зарубежных стран.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии; - стратегиями представления результатов профессиональной деятельности
<p>Коммуникационные технологии в публичной сфере</p>	<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>	<p>ОПК-1.2 Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> основные коммуникативные технологии и принципы применения; специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных странах <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -эффективно применять коммуникативные технологии; -учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками применения коммуникативные технологии с учетом межкультурного многообразия; -навыками применения коммуникативных технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран

Коммуникационные технологии в публичной сфере	ОПК-7 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации	ОПК-7.1. Формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории.	- способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории
		ОПК 7.2. Подбирает технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии представления результатов профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии коммуникации и каналов распространения информации; - основных стратегий представления результатов профессиональной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии; - выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю

деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Академическое письмо
2	Коммуникационные технологии в публичной сфере
3	Гендерный анализ политических процессов

2. Компетенция ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Коммуникационные технологии в публичной сфере

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки.

Форма промежуточной аттестации экзамен

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	180
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	73	73
лекции	34	34
лабораторные	-	-
практические	34	34
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	3	3
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	107	107
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание		
Индивидуальное домашнее задание	9	9
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	62	62
Экзамен	36	36

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4.1 Наименование тем, их содержание и объем
Курс 2 Семестр 1

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
1. Информационно-коммуникационный аспект публичной политики					
	Сущность информационной политической коммуникации. Политика как сфера деятельности и форма организации отношений, взаимодействия, коммуникации между людьми. Соотношение между понятиями "политика" и "управление", "коммуникация", "управление", "социальная коммуникация" и "политическая коммуникация". Предмет политической коммуникативистики. Основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных политологов. Разграничение понятий "политическая информация" и "политически значимая информация" как необходимое условие для отграничения политической коммуникации от других видов информационного взаимодействия в социальной сфере. Основные каналы распространения политически значимой информации. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. Информационно-коммуникативные системы в публичной сфере, различные основания их классификации.	6	6		10
2. Микро- и макроуровневые теории коммуникации в публичной сфере					
	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. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов.	4	4		6
3. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование как технология.					

<p>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. Понятие политического консалтинга. Политическое консультирование: типы, виды и формы. Специфика политического консультирования. Технологии политического консультирования. Внутреннее и внешнее политическое консультирование. Характеристика современного рынка политических консультационных услуг в России. Политический консультант: типы, характерные черты, функции. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента. СМИ как инструмент политического манипулирования. Приемы политического манипулирования. Манипулирование и политическая реклама.</p>	4	4		8
<p>4. Дискуссия в СМИ (телевидение, радио, печатные издания) как технология работы с целевой аудиторией.</p>				
<p>Признаки виртуализации и медиатизации общественно-политической дискуссии: упрощение, стилизация, оперативность, своевременность, субъективнаинтерпретация фактов, персонализация, Роль печатного органа в организации и поддержании общественно-политической дискуссии. Функция контекста обсуждаемой проблемы. Коллективное авторство. Стратегии убеждения: концепция «завораживания», концепция поддакивания. Популизм с риторической точки зрения. Роль мультимедийных средств. Защита получателя информации от манипуляции. Формат и характер критики в СМИ в рамках дискуссии. Структура политических технологий. Организация пропагандистских кампаний. Политическая реклама и паблик рилейшнз 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. Теневая экономика пропагандистских кампаний.</p>	4	4		8
<p>5. Интернет как эффективный канал осуществления коммуникаций в публичной сфере</p>				
<p>Основные тенденции развития общественно-политического пространства. Системы коммуникаций в современном мире: интернет как безграничная среда для организации и проведения дискуссии. Интерактивные голосования и рейтинги. Эпистемологические, социальные, психологические аспекты виртуального процесса взаимодействия. Компьютерная герменевтика и коммуникации. Значение веб-сайтов, Интернет-сетей в практике общественно-политических дискуссий. Проблема анонимности участников коммуникации. Ответственность за</p>	4	4		8

предоставляемую информацию.				
6. Информационно-аналитическая деятельность государственных структур				
Состояние и проблемы информационно-аналитического обеспечения деятельности государственных органов в России в современных условиях. Определение информационно-аналитической деятельности и её задачи. Требования к организации информационно-аналитического обеспечения управленческой деятельности. Разработка организационной структуры аналитического подразделения. Организация работы аналитической службы: планирование работы, распределение должностных обязанностей, основные направления взаимодействия с иными структурными подразделениями органа, особенности разработки и содержание типовых документов аналитической службы. Методология аналитической деятельности. Аналитические технологии. Информационная работа: источники информации, поиск, отбор, обработка и структурирование информации, формирование информационных баз данных. Работа с источниками текстовой информации. Современные аналитические технологии. Выявление неполноты, противоречивости и недостоверности информации. Зарубежный опыт аналитической деятельности. Структура информационно-аналитического материала: цель, постановка и уточнение задачи, систематизация фактов, выявление ключевых моментов, определение тенденций, изложение сути, прогнозы, формулирование выводов. Показатели, характеризующие результаты аналитической работы.	4	4		8
7. Имидж политика в стратегии коммуникационного воздействия в публичной сфере				
Имидж как фактор продуктивной коммуникации. Имидж политика как коммуникативная компонента политической рекламы. Имидж как технологическая компонента избирательной кампании. Основные этапы конструирования имиджа политического деятеля. Контекстное измерение имиджа в публичной сфере. Законы сочетания имиджей в политике.	4	4		7
8. PR как инструмент коммуникативных технологий				
Коммуникативный потенциал Интернет. Интернет технологии политического PR: блоги, сайты, сетевые ресурсы. Технологии взаимодействия со СМИ. Специальные события и мероприятия. Проведение специальных мероприятий - праздников, конкурсов, фестивалей различного уровня как форма PR. Презентации. Конференции, круглые столы, семинары. Церемонии. Акции, выставки, ярмарки. Роль и потенциальные выгоды спонсирования. Виды деятельности, предпочитаемые для спонсорской поддержки. Требования к договору о спонсорской поддержке.	4	4		7
ВСЕГО	34	34		62

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
семестр № 3				
1	Информационно-коммуникационный аспект публичной политики	1. Сущность информационной коммуникации. 2. Понятие политической коммуникации в соотношении в публичной сфере. 3. Основные подходы к определению коммуникационных технологий. 4. Виды политической коммуникации. 5. Каналы передачи политической информации. 6. Информационно-коммуникативные системы в публичной сфере, различные основания их классификации.	5	5
2	Микро- и макроуровневые теории коммуникации в публичной сфере	1. Основные теории политической коммуникации (Г. Лассуэлла, П. Лазарфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ, Л. Фестингера и др.) 2. Базовые модели политической коммуникации. 3. Концепция "установления повестки дня" ("agenda-setting") Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. 4. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. 5. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов	4	4
3	Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике. Политическое консультирование как технология.	1. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. 2. Виды политического консалтинга: информационно-аналитическое, имиджмейкинг, политический маркетинг, проектирование политической кампании, организационно-управленческие услуги, обучающее консультирование. 4. Выборный, кризисный и сопровождающий консалтинг. 5. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.	4	4

		5. Этические принципы политического консультанта. Психологические особенности деятельности политического консультанта.		
4	Дискуссия в СМИ (телевидение, радио, печатные издания) как технология работы с целевой аудиторией.	1. Формы использования СМИ в политических технологиях. Технология создания информационных поводов. 2. Определение эффективности СМИ в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет. 3. Пропаганда и контрпропаганда. Негативная информация как технология. 4. Политическая реклама и публич рилейшнз в системе идеологического воздействия. 5. Стратегии убеждения: концепция «завораживания», концепция поддакивания.	4	4
5	Интернет как эффективный канал осуществления коммуникаций в публичной сфере	1. Основные тенденции развития общественно-политического пространства. 2. Системы коммуникаций в современном мире: интернет как безграничная среда для организации и проведения дискуссии. Интерактивные голосования и рейтинги. 3. Эпистемологические, социальные, психологические аспекты виртуального процесса взаимодействия. 4. Компьютерная герменевтика и коммуникации. 5. Значение веб-сайтов, Интернет-сетей в практике общественно-политических дискуссий. 6. Проблема анонимности участников коммуникации. Ответственность за предоставляемую информацию.	4	4
6	Информационно-аналитическая деятельность государственных структур	1. Определение информационно-аналитической деятельности и её задачи. 2. Требования к организации информационно-аналитического обеспечения управленческой деятельности. Разработка организационной структуры аналитического подразделения.	4	4

		<p>4. Организация работы аналитической службы: планирование работы, распределение должностных обязанностей, основные направления взаимодействия с иными структурными подразделениями органа, особенности разработки и содержание типовых документов аналитической службы.</p> <p>5. Методология аналитической деятельности.</p> <p>6. Аналитические технологии.</p> <p>7. Информационная работа: источники информации, поиск, отбор, обработка и структурирование информации, формирование информационных баз данных.</p>		
7	Имидж политика в стратегии коммуникационного воздействия в публичной сфере	<p>1. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации.</p> <p>2. Основные составляющие имиджа политика.</p> <p>3. Технологии построения имиджа политика.</p> <p>4. Имидж как технологическая компонента избирательной кампании.</p> <p>5. Основные этапы конструирования имиджа политического деятеля в информационном поликультурном пространстве.</p> <p>6. Контекстное измерение имиджа в публичной сфере. Законы сочетания имиджей в политике.</p>	4	4
8	PR как инструмент коммуникативных технологий	<p>1. Интернет технологии политического PR: блоги, сайты, сетевые ресурсы. Технологии взаимодействия со СМИ.</p> <p>2. Специальные события и мероприятия. Проведение специальных мероприятий: праздников, конкурсов, фестивалей различного уровня как форма PR.</p> <p>3. Презентации. Конференции, круглые столы, семинары. Церемонии. Акции, выставки, ярмарки.</p> <p>4. Роль и потенциальные выгоды спонсирования.</p> <p>5. Требования к договору о спонсорской поддержке.</p>	4	4
ВСЕГО			34	34

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом

4.4. Содержание курсового проекта/работы

Не предусмотрено учебным планом

4.5. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий

Изучение дисциплины предусматривает выполнение ИДЗ, связанного с выработкой навыков разработки, презентации и реализации инновационных идей, предложений, гипотез.

Структура ИДЗ: Введение: во введении дать обоснование выбора темы, раскрыть проблематику выбранной темы. Основная часть: привести и аргументировать основные тезисы по проблеме. Заключение: сделать общие выводы по проблеме, заявленной в работе.

Требования к оформлению. Работа выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Общий объем эссе составляет 0,3 – 0,5 п.л. Размер шрифта 14 пт, интервал – 1.5, шрифт Times New Roman.

Предлагаемые темы:

1. Соотношение понятий "коммуникационный менеджмент" и "коммуникативное управление".
2. Средства мифологической коммуникации в управлении.
3. Сущность вербальных и невербальных средств коммуникации.
4. Понятие и виды коммуникативной технологии.
5. Понятие социально-коммуникативной технологии.
6. Этапы разработки социально-коммуникативной технологии.
7. Коммуникативная технология лоббирования.
8. Пропаганда как коммуникативная технология.
9. Формирование имиджа как коммуникативная технология.
10. Формирование и продвижение слухов как коммуникативная технология
11. Спичрайтинг как коммуникативная технология.
12. Избирательная процедура, избирательная кампания.
- 13.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1. Компетенция ОПК-1. Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК 1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.	Для оценивания были использованы следующие средства: экзамен, выполнение индивидуального домашнего задания, собеседование, устный опрос
ОПК 1.2. Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Для оценивания были использованы следующие средства: экзамен, выполнение индивидуального домашнего задания, собеседование, устный опрос

2. Компетенция ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК 7.1. Формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории.	Для оценивания были использованы следующие средства: экзамен, выполнение индивидуального домашнего задания, собеседование, устный опрос
ОПК 7.2. Подбирает технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Для оценивания были использованы следующие средства: экзамен, выполнение индивидуального домашнего задания, собеседование, устный опрос

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в рамках выполнения заданий семинарских занятий.

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для экзамена / дифференцированного зачета / зачета

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Информационно-коммуникационный аспект публичной политики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность информационной коммуникации. 2. Понятие политической коммуникации в соотношении в публичной сфере. 3. Основные подходы к определению коммуникационных технологий. 4. Виды политической коммуникации. 5. Каналы передачи политической информации. 6. Информационно-коммуникативные системы в публичной сфере, различные основания их классификации.

2	Микро- и макроуровневые теории коммуникации в публичной сфере	<p>7. Основные теории политической коммуникации (Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ, Л. Фестингера и др.)</p> <p>8. Базовые модели политической коммуникации.</p> <p>9. Концепция "установления повестки дня"("agenda-setting") Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации.</p> <p>10. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис.</p> <p>11. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов</p>
3	<p>Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике.</p> <p>Политическое консультирование как технология.</p>	<p>12. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации.</p> <p>13. Виды политического консалтинга: информационно-аналитическое, имиджмейкинг, политический маркетинг, проектирование политической кампании, организационно-управленческие услуги, обучающее консультирование. Выборный, кризисный и сопровождающий консалтинг.</p> <p>14. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.</p> <p>15. Этические принципы политического консультанта. Психологические особенности деятельности политического консультанта.</p>
4	<p>Дискуссия в СМИ (телевидение, радио, печатные издания) как технология работы с целевой аудиторией.</p>	<p>16. Формы использования СМИ в политических технологиях. Технология создания информационных поводов.</p> <p>17. Определение эффективности СМИ в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет.</p> <p>18. Пропаганда и контрпропаганда. Негативная информация как технология.</p> <p>19. Политическая реклама и паблик рилейшнз в системе идеологического воздействия.</p> <p>20. Стратегии убеждения: концепция «завораживания», концепция поддакивания.</p>
5	<p>Интернет как эффективный канал осуществления коммуникаций в публичной сфере</p>	<p>21. Основные тенденции развития общественно-политического пространства.</p> <p>22. Системы коммуникаций в современном мире: интернет как безграничная среда для организации и проведения дискуссии. Интерактивные голосования и рейтинги.</p> <p>23. Эпистемологические, социальные, психологические аспекты виртуального процесса взаимодействия.</p> <p>24. Компьютерная герменевтика и коммуникации.</p> <p>25. Значение веб-сайтов, Интернет-сетей в практике общественно-политических дискуссий.</p> <p>26. Проблема анонимности участников коммуникации. Ответственность за предоставляемую информацию.</p>

6	Информационно-аналитическая деятельность государственных структур	<p>27. Определение информационно-аналитической деятельности и её задачи.</p> <p>28. Требования к организации информационно-аналитического обеспечения управленческой деятельности.</p> <p>29. Разработка организационной структуры аналитического подразделения.</p> <p>30. Организация работы аналитической службы: планирование работы, распределение должностных обязанностей, основные направления взаимодействия с иными структурными подразделениями органа, особенности разработки и содержание типовых документов аналитической службы.</p> <p>31. Методология аналитической деятельности.</p> <p>32. Аналитические технологии.</p> <p>Информационная работа: источники информации, поиск, отбор, обработка и структурирование информации, формирование информационных баз данных.</p>
7	Имидж политика в стратегии коммуникационного воздействия в публичной сфере	<p>33. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации.</p> <p>34. Основные составляющие имиджа политика.</p> <p>35. Технологии построения имиджа политика.</p> <p>36. Имидж как технологическая компонента избирательной кампании.</p> <p>37. Основные этапы конструирования имиджа политического деятеля в информационном поликультурном пространстве.</p> <p>38. Контекстное измерение имиджа в публичной сфере. Законы сочетания имиджей в политике.</p>
8	PR как инструмент коммуникативных технологий	<p>39. Интернет технологии политического PR: блоги, сайты, сетевые ресурсы. Технологии взаимодействия со СМИ.</p> <p>40. Специальные события и мероприятия. Проведение специальных мероприятий: праздников, конкурсов, фестивалей различного уровня как форма PR.</p> <p>41. Презентации. Конференции, круглые столы, семинары. Церемонии. Акции, выставки, ярмарки.</p> <p>42. Роль и потенциальные выгоды спонсирования. Требования к договору о спонсорской поддержке.</p>

5.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/ курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия
Семестр №3	
<p>Информационно-коммуникативные проблемы в сфере публичной политики</p>	<p><u>Информационно-коммуникационный аспект публичной политики</u> <u>Устный опрос по теме семинара:</u> 1. Сущность информационной коммуникации. Понятие политической коммуникации в соотношении в публичной сфере. 2. Основные подходы к определению коммуникационных технологий. 3. Виды политической коммуникации. 4. Каналы передачи политической информации. 5. Информационно-коммуникативные системы в публичной сфере, различные основания их классификации. Самостоятельная работа (домашнее задание) 1. Составление таблицы по теме «Основные подходы к определению коммуникационных технологий» (составление сводной (обобщающей) таблицы по теме - это вид самостоятельной работы студента по систематизации и структурированию объемной информации, которая сводится в рамки таблицы, таким образом работа по созданию таблиц помогает изучить и запомнить большой объем информации). 3. Выполнить эссе на тему «Коммуникативные каналы: общее и особенное».</p>
<p>Основные теоретические подходы теорий коммуникации в истории политической мысли</p>	<p><u>Микро- и макроуровневые теории коммуникации в публичной сфере</u> <u>Устный опрос по теме семинара:</u> 1. Основные теории политической коммуникации (Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ, Л. Фестингера и др.) 2. Базовые модели политической коммуникации. 3. Концепция "установления повестки дня" ("agenda-setting") Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. 4. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. 5. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов <u>Работа с текстами</u> Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ, Л. Фестингера и др. Самостоятельная работа (домашнее задание) 1. Глоссарий (работа с понятиями теорий коммуникации). <u>Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике.</u> <u>Политическое консультирование как технология.</u> 1. Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации. 2. Виды политического консалтинга: информационно-аналитическое, имиджмейкинг, политический маркетинг, проектирование политической кампании, организационно-управленческие услуги, обучающее консультирование. Выборный, кризисный и сопровождающий консалтинг</p>

3. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
4. Этические принципы политического консультанта. Психологические особенности деятельности политического консультанта.

Самостоятельная работа (домашнее задание)

1. Создание примерных опросников для консультационной работы.

Дискуссия в СМИ (телевидение, радио, печатные издания) как технология работы с целевой аудиторией.

1. Формы использования СМИ в политических технологиях. Технология создания информационных поводов.
2. Определение эффективности СМИ в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет.
3. Пропаганда и контрпропаганда. Негативная информация как технология.
4. Политическая реклама и паблик рилейшнз в системе идеологического воздействия.
5. Стратегии убеждения: концепция «завораживания», концепция поддакивания.

Самостоятельная работа (домашнее задание)

Создание модели информационно-политической компании вСМИ
Имидж политика в стратегии коммуникационного воздействия в публичной сфере

6. Имидж: содержание и роль в процессе коммуникации.
7. Основные составляющие имиджа политика.
8. Технологии построения имиджа политика.
9. Имидж как технологическая компонента избирательной кампании.
10. Основные этапы конструирования имиджа политического деятеля в информационном поликультурном пространстве.

Самостоятельная работа (домашнее задание)

11. *Пример создания имиджа политического деятеля с помощью использования информационно-коммуникативных технологий*
PR как инструмент коммуникативных технологий.
12. Интернет технологии политического PR: блоги, сайты, сетевые ресурсы. Технологии взаимодействия со СМИ.
13. Специальные события и мероприятия. Проведение специальных мероприятий: праздников, конкурсов, фестивалей различного уровня как форма PR.
14. Презентации. Конференции, круглые столы, семинары. Церемонии. Акции, выставки, ярмарки.
15. Роль и потенциальные выгоды спонсирования.

Работа с информационными ресурсами:

Рассмотрение примеров создания pr-компании.

Дискуссия на тему «Роль паблик-релейшнз технологий в публичном пространстве»

Самостоятельная работа (домашнее задание)

16. *Создание презентации круглого стола на выбранную тему*

5.4. Вопросы и задания для проверки уровня сформированности компетенций

Компетенция ОПК -1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран

Перечень оценочных материалов (закрытого типа)

Номер задания	Содержание вопроса/задания
1	Что представляет собой политическая коммуникация: а) вид социальной коммуникации б) форма политических взаимодействий в) деятельность специализированных организаций и специалистов по созданию и формированию политической информации
2	Кто является основоположником концепции "установления повестки дня"("agenda-setting"): а) Л. Фестингер б) Э. Кац в) Д. Шоу и М. Маккомбс
3	Какая из приведенных ниже стратегий убеждения в рамках политических технологий, используемых в СМИ, является лишней (не существует): а) концепция «завораживания» б) концепция поддакивания в) стратегия убеждения
4	Какое действующее лицо в создании имиджа политика на основе применения коммуникативных технологий является основным: а) организатор контекстной рекламы б) доверенные лица кандидата на выборы в) политический технолог
5	Что является основной формой профессиональной коммуникации в сфере публичной политики: а) политическая реклама и паблик рилейшнз б) общественно-политические дискуссии в) интерактивные голосования и рейтинги

Ключ к ответам

Номер задания	Верный ответ
1	в
2	б
3	б
4	а
5	в

Перечень оценочных материалов (открытого типа)

Номер задания	Содержание задания/вопроса
1	Объясните сущность такой деятельности как информационная коммуникация.
2	Охарактеризуйте основные теории политической коммуникации.
3	Какие выделяют виды политического консалтинга?
4	Какие выделяют функции и формы политического консультирования?
5	Какие требования предъявляются к политическому консультанту?
6	Расскажите о методиках использования СМИ в политических технологиях.
7	Что понимают под основными тенденциями развития общественно-политического пространства в современном мире?
8	Охарактеризуйте технологию политического консалтинга в условиях политического кризиса.
9	Охарактеризуйте технологию политического консалтинга в условиях политического конфликта.
10	Что представляет собой политический рынок?
11	Опишите сущность технологии политической рекламы.
12	Опишите технологию формирования политического имиджа.
13	Что представляют собой технологии по восстановлению политического имиджа публичного политика?
14	Опишите взаимодействие политического консалтинга со СМИ.
15	Опишите специфику рынка консалтинговых услуг в области политики.

Ключ к ответам

Номер задания	Эталон ответа
1	<p>Ответ:</p> <p>Основные компоненты правильного ответа</p> <p>Информационные коммуникации" - термин, введенный в обращение в процессе взаимодействия компьютерных и телекоммуникационных сетей, означает неразрывную связь информационных и телекоммуникационных технологий.</p>
2	<p>Ответ:</p> <p>Основные компоненты правильного ответа</p> <p>Каждое научное направление определяет политическую коммуникацию по-своему. Значительная часть исследователей отталкивается от того, что политическая коммуникация — это отношения по поводу политики и политического. «Политическая коммуникация — это»: «создание, отправление, получение и обработка сообщений, оказывающих существенное воздействие (прямое или косвенное) на политику» (Н. Винер); «создание, распространение, получение и обработка сообщений, которые имеют потенциальный значительный эффект на политику» (Дорис Грабер); «коммуникация, которая осуществляется политическими факторами, направлена на них или относится к политическим акторам и их действиям» (Винфрид Шульц).</p>

3	<p>Ответ: Основные компоненты правильного ответа Политический консалтинг, ориентирован на внутренние преобразования субъектов политической ситуации и преобразование самой политической ситуации. Согласно социально-политической ситуации выделяют следующие три типа политического консалтинга: Выборный - ориентированный на эффективное участие клиента в выборах вне зависимости от типа политического консалтинга по масштабу воздействия. Кризисный - нацеленный на эффективное воздействие на проявление кризиса любого уровня в политической ситуации. С характеристике политической ситуации связана классификация по продолжительности воздействия, определяющая сопровождающий тип политического консалтинга как самый продолжительный.</p>
4	<p>Ответ: Функции политического консультирования: 1. Исследование политической ситуации. 2. Реализация маркетингового аспекта. 3. Создание и преобразование структур, являющихся субъектами политической ситуации или влияющих на нее. 4. Реализация стратегических и тактических планов воздействия на политическую ситуацию.</p>
5	<p>Ответ: В основе политического консультирования лежат принципы: принцип взаимного доверия и принцип сотрудничества, что предполагает установление особого эмоционального отношения между политиком и его консультантом и вовлеченность политика в процесс политического консультирования. К этому необходимо добавить и следующие правила: знать среду, принимать основы ее существования и не пытаться навязывать свои правила.</p>
6	<p>Ответ: Политические технологии — это одна из областей политической деятельности, которая очень тесно связана с технологиями проведения предвыборной кампании. Согласно этим технологиям, отрабатываются и внедряются различные способы манипуляций общественным мнением. СМИ являются средством передачи важной и актуальной информации широкому аудиторией. СМИ используют методики, направленные на получение и распространение сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях; методы освещения тех или иных фактов, комментирование событий, методы формирования общественного мнения, методы психологического воздействия, методы формирования имиджа политика, регулирования объема информации.</p>
7	<p>Ответ: В современном мировом развитии преобладающей его ориентацией стала глобализация, которая ведет к универсализации мира, но с учетом концепции национальной безопасности, формированию общих закономерностей в функционировании и развитии государственно-национальных образований в рамках евразийской цивилизации. В международной политической жизни одним из важных показателей является стремление и движение государств по пути устойчивого развития. Тенденция информационного общества к созданию с помощью открытых информационных систем экономико-политического пространства сталкивается с ответственностью за информацию, которая вредит государственно-политическим интересам.</p>
8	<p>Ответ: Политический консалтинг в условиях политического кризиса охватывает широкий спектр деятельности, направленной на стратегическое управление образом политических лидеров, партий и движений, разработку коммуникационных стратегий, управление репутацией и кризисным управлением, анализ общественного мнения и позиций различных социальных групп. Технологии политического консалтинга в условиях политического кризиса включают: анализ общественного мнения, разработка коммуникационных стратегий, управление репутацией, мониторинг политического ландшафта. Консультанты осуществляют постоянный мониторинг политической среды, анализируют действия конкурентов и др.</p>

9	<p>Ответ:</p> <p>Технологии политического консалтинга здесь включают в себя:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка стратегий урегулирования, управление кризисными ситуациями: конфликт может создать кризисные ситуации для политических лидеров и их команд. 2. Стратегии общественной коммуникации: консультанты помогают разрабатывать коммуникационные стратегии, способствующие созданию позитивного образа и предотвращению эскалации конфликта, а также мониторинг общественного мнения и диалог и переговоры.
10	<p>Политический рынок - это термин, используемый для описания коммерциализации политического процесса и влияния денег и ресурсов на политические решения и выборы.</p>
11	<p>Ответ:</p> <p>Технология политической рекламы представляет собой комплексный набор методов и стратегий, используемых для привлечения внимания избирателей к определенным политическим сообщениям, кандидатам или партиям с целью повлиять на их принятие политических решений, включая выбор в пользу определенного кандидата или партии во время выборов.</p>
12	<p>Ответ:</p> <p>Технология формирования политического имиджа представляет собой системный и стратегический подход к созданию, управлению и продвижению образа политического лидера или партии с целью представить их в наиболее выгодном свете в глазах избирателей и общественности.</p>
13	<p>Ответ:</p> <p>Технологии по восстановлению политического имиджа публичного политика представляют собой методы и подходы, используемые для восстановления доверия, авторитета и общественного восприятия политического лидера после негативных событий, скандалов или репутационных потерь.</p>
14	<p>Ответ:</p> <p>Политический консультант координирует социологические и психологические исследования, проводит экспертизу публичного имиджа политика или политической организации, создает концепцию и осуществляет психологическое сопровождение избирательных и политических кампаний.</p>
15	<p>Ответ:</p> <p>Рынок консалтинговых услуг в области политики отличается своими специфическими особенностями. Спрос на услуги политических консультантов определяется потребностью в политических решениях и стратегиях. Клиентами могут быть политические партии, избирательные кампании, политические деятели, государственные и муниципальные органы власти, неурегулированные политические группы, а также частные компании или организации.</p>

Компетенция ОПК -7 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации

Перечень оценочных материалов (закрытого типа)

Номер задания	Содержание вопроса/задания
Коммуникационные технологии в публичной сфере	
1	<p>Что представляет собой политическая коммуникация:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) вид социальной коммуникации б) форма политических взаимодействий в) деятельность специализированных организаций и специалистов по созданию и

	формированию политической информации
2	Кто является основоположником концепции "установления повестки дня"("agenda-setting"): а) Л. Фестингер б) Э. Кац в) Д. Шоу и М. Маккомбс
3	Какая из приведенных ниже стратегий убеждения в рамках политических технологий, используемых в СМИ является лишней (не существует): а) концепция «завораживания» б) концепция поддакивания в) стратегия убеждения
4	Какое действующее лицо в создании имиджа политика на основе применения коммуникативных технологий является основным: а) организатор контекстной рекламы б) доверенные лица кандидата на выборы в) политический технолог
5	Что является основной формой профессиональной коммуникации в сфере публичной политики: а) политическая реклама и паблик рилейшнз б) общественно-политические дискуссии в) интерактивные голосования и рейтинги
6	Обратная связь в процессе коммуникации может быть: а) положительной и отрицательной б) директивной и недирективной в) прямой и косвенной
7	Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают информирование персонала прежде, чем СМИ? а) нет, неверно б) да, верно
8	Возможность обратной связи ограничена у следующего вида коммуникации: а) массовая б) внешняя в) межличностная
9	Согласно теории менеджмента двусторонний коммуникативный процесс состоит из последовательных этапов: рождение идеи; кодирование; передача; получение, а затем: а) принятие б) декодирование в) использование
10	Коммуникации соответствует определение: а) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию б) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений в) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений

Ключ к ответам

Номер задания	Ответ
1	в
2	б
3	б
4	а
5	в
6	в
7	б
8	а
9	б
10	а

Перечень оценочных материалов (открытого типа)

Номер задания	Содержание задания/вопроса
1	Объясните сущность информационно-коммуникационного аспекта публичной политики
2	Дайте определение политической технологии
3	Какие существуют формы использования СМИ в политических технологиях?
4	В чем проявляется значение Интернет как эффективного канала осуществления коммуникаций в публичной сфере?
5	Какие требования предъявляются к имиджу политика в стратегии коммуникационного воздействия в публичной сфере?
6	Расскажите о методиках использования СМИ в политических технологиях.
7	Что понимают под основными тенденциями развития общественно-политического пространства в современном мире?
8	Охарактеризуйте технологию политического консалтинга в условиях политического кризиса.
9	Что представляет собой политический рынок?
10	Опишите сущность технологии политической рекламы.
11	Назовите основные функции политической рекламы.
12	Что представляют собой технологии по восстановлению политического имиджа публичного политика?
13	Опишите специфику информационно-аналитической деятельности государственных структур
14	Обсудите дискуссию в СМИ (телевидение, радио, печатные издания) как технологию работы с целевой аудиторией
15	Опишите процесс организации работы аналитической службы
16	Охарактеризуйте: гендерную, профессиональную, возрастную и т.д. составляющие коммуникации
17	Раскройте значение дискуссии в СМИ в политических технологиях
18	Определите предмет политической коммуникации

19	Дайте определение аналитическим технологиям информационной работы в публичной сфере
20	Изложите принципы оценки эффективности коммуникационных кампаний
21	Дайте определение политическому манипулированию
22	Покажите роль ответственность за предоставляемую информацию

Ключ к ответам

Номер задания	Верный ответ
1	<p>Ответ.</p> <p>Информационно-коммуникационный аспект публичной политики относится к области, которая изучает процессы передачи и получения информации и коммуникации, связанные с политической деятельностью и принятием решений в обществе. Политическая коммуникация в публичной сфере - это процесс обмена информацией, идеями, мнениями и ценностями между различными акторами - политиками, гражданскими организациями, СМИ и обществом в целом. Она служит основой для осуществления демократического управления и принятия общественно значимых решений. В публичной сфере существуют различные информационно-коммуникационные системы. Они включают в себя такие элементы, как массовые коммуникации, например, телевидение, радио, пресса, интернет, социальные сети, а также органы государственной власти, общественные организации, политические партии и другие.</p>
2	<p>Ответ.</p> <p>Политические технологии — это одна из областей политической деятельности, которая очень тесно связана с технологиями проведения предвыборной кампании. Согласно этим технологиям, отрабатываются и внедряются различные способы манипуляций общественным мнением. Политические технологии, по сути, являются действиями, которые повышают эффективность политических организаций и групп, борющихся за приход к власти в государстве.</p>
3	<p>Ответ.</p> <p>В политических технологиях существуют различные формы использования СМИ.</p> <p>Информационная функция. Получение и распространение сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях.</p> <p>Контрольная функция. Основывается на авторитете общественного мнения.</p> <p>Артикуляция и интеграция. СМИ обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выражать своё мнение, находить и объединять единомышленников.</p>
4	<p>Ответ.</p> <p>Значение Интернета как эффективного канала осуществления коммуникаций в публичной сфере проявляется в следующем. Во-первых, Интернет предоставляет возможность исключить географические и временные ограничения. Люди из разных стран могут в любое время обмениваться мнениями, идеями и информацией без необходимости физического присутствия. Это способствует более широкому обсуждению общественно-политических вопросов увеличивает доступность информации для участников. Во-вторых, Интернет является платформой для создания веб-сайтов и Интернет-сетей, которые играют важную роль в практике общественно-политических дискуссий. Благодаря чему люди могут организовывать и участвовать в онлайн-форумах, дебатах, петициях и других формах виртуального взаимодействия. В-третьих, коммуникации в Интернете дает возможность одновременного общения с большим количеством людей.</p>
5	<p>Ответ.</p> <p>Требования к имиджу политика в стратегии коммуникационного воздействия в публичной сфере могут быть разнообразными, но некоторые из основных требований включают:</p> <p>1. Аутентичность и достоверность: Значительное внимание уделяется созданию имиджа, который отражает реальные качества и ценности политика, а также его способность быть честным и надежным для избирателей. 2. Профессионализм и опыт: Политики должны продемонстрировать свои знания и навыки в конкретной области, а также обладать опытом,</p>

	<p>который позволяет избирателям доверять им. 3. Ясное и согласованное сообщение: Имидж политика должен быть соответствующим и последовательным, чтобы представления о нем были четкими и не вызывали путаницы или недоумения. 4. Позитивность и эмоциональное привлечение: Политик должен иметь способность эмоционально связаться с избирателями, производить положительное впечатление.</p>
6	<p>Ответ. В политических технологиях СМИ играют значительную роль в формировании общественного мнения и воздействии на электорат.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Одним из основных средств использования СМИ в политических технологиях является телевидение. 2. Радиоэфир позволяет кандидатам и партиям донести свое послание до широкой аудитории, особенно там, где телевизионные передачи недоступны или не так популярны. 3. Печатные издания позволяют кандидатам и партиям выступать с политической рекламой, опубликовывать статьи и интервью, а также предоставлять информацию о своих мероприятиях. 5. Интернет, создание собственных блогов.
7	<p>Ответ. Под основными тенденциями развития общественно-политического пространства в современном мире обычно понимают следующие явления: 1. Международная интеграция и глобализация - усиление экономических, политических, социальных и культурных связей между государствами. 2. Технологический прогресс и цифровизация - развитие информационных и коммуникационных технологий, которые меняют способы взаимодействия людей и преобразуют политическую сферу. 3. Расширение роли неправительственных организаций. 4. Борьба с террористическими организациями, принятие законов о безопасности и контроле, обмен информацией между государствами.</p>
8	<p>Ответ. Политический консалтинг в условиях политического кризиса является особой формой консалтинга, которая предназначена для оказания помощи политическим деятелям, партиям или государственным органам в управлении кризисной ситуацией и решении проблем, возникающих во время кризиса.</p>
9	<p>Ответ. Политический рынок есть процесс конкуренции между политическими силами за поддержку избирателей, власть и влияние. Специфические черты политического рынка: 1. Конкуренция: политические силы конкурируют за поддержку избирателей, создавая разнообразные политические программы и проводя агитационные кампании. 2. Множественность участников: политический рынок содержит большое количество участников, включая разнообразные партии, общественные организации и личности, создавая сложную систему взаимодействий и интересов. 3. Динамичность: политический рынок постоянно меняется под воздействием политических и социальных событий, изменений общественного мнения, экономических факторов и других внешних факторов.</p>
10	<p>Ответ. Политическая реклама представляет собой часть стратегии политического маркетинга, которая направлена на распространение политических идей, позиций кандидатов или партий, а также формирование определенного образа или имиджа в глазах избирателей. Она выполняет ряд функций, таких как информирование, убеждение, мобилизация избирателей.</p>
11	<p>Функции, задачи, и цель политической рекламы заключаются в:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) Информировании: предоставление избирателям информации о позициях, взглядах и программах кандидатов или партий; б) Убеждении: формирование положительного образа кандидата или партии, убеждение избирателей в правильности выбора, а также дестабилизация позиций оппонентов; в) - Мобилизации: стимулирование избирателей к активному участию в выборах или поддержке определенных политических решений.
12	<p>Ответ. Технологии по восстановлению политического имиджа публичного политика представляют собой методы и стратегии, направленные на исправление или улучшение общественного восприятия личности политика после негативных событий, скандалов или кампаний по дискредитации.</p>
13	<p>Ответ. Информационно-аналитическая деятельность государственных структур представляет собой</p>

	<p>процесс сбора, анализа и обработки информации для поддержки принятия важных управленческих решений, обеспечения безопасности, а также разработки и реализации государственной политики.</p>
14	<p>Ответ. Виртуализация и медиатизация общественно-политической дискуссии, осуществляемая через телевидение, радио и печатные издания, имеет определенные признаки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. СМИ стремятся представлять сложные политические и общественные события в упрощенной форме, чтобы обеспечить понимание широким слоям населения. 2. СМИ могут подвергать факты субъективной интерпретации, чтобы донести определенные точки зрения до аудитории. 3. Печатные издания играют важную роль в организации и поддержании общественно-политической дискуссии, предоставляя платформу для изложения различных точек зрения, анализа событий и комментариев, а также публикации статей и исследований. Они также могут стимулировать обсуждение тем и привлекать внимание читателей к определенным проблемам.
15	<p>Ответ. Организация работы аналитической службы требует тщательного планирования, определения должностных обязанностей, взаимодействия с другими структурными подразделениями и разработки типовых документов. Роль планирования работы и распределения должностных обязанностей: - Планирование работы аналитической службы включает в себя определение приоритетов, задач и целей, которые должны быть достигнуты. - Распределение должностных обязанностей предполагает четкую дефиницию ролей и ответственности каждого сотрудника в аналитической службе. - Аналитическая служба может сотрудничать с отделами, ответственными за информационную безопасность, ведомственный анализ, стратегическое планирование и другими структурными подразделениями для обмена информацией, проведения совместного анализа и консультаций.</p>
16	<p>Ответ. Гендерная, профессиональная, возрастная и другие составляющие коммуникации определяются через взаимодействие субъектов и объектов коммуникации, их роли в определенной коммуникативной ситуации и в социуме. 1. Гендерная составляющая коммуникации: гендер определяет общепринятые социокультурные роли, стереотипы и ожидания в общении. 2. Профессиональная составляющая коммуникации: профессиональный статус и область деятельности определяют тон, стиль и особенности коммуникации. 3. Возрастная составляющая коммуникации: возраст может влиять на стиль общения, использование языка, интересы, ценности</p>
17	<p>Ответ. Дискуссии в СМИ позволяют проводить стратегии убеждения, то есть использование различных аргументов, фактов и стилей коммуникации для формирования и укрепления определенных политических убеждений среди аудитории. Это может включать в себя использование доводов, статистики, персональных историй и других методов для убеждения избирателей в правильности определенных политических решений или позиций, а также пропаганды и контрпропаганды.</p>
18	<p>Ответ. Предмет политической коммуникации включает в себя основные понятия, социально-политические технологии, субъекты и формы политической коммуникации.</p>
19	<p>Ответ. Аналитические технологии информационной работы в публичной сфере включают в себя разнообразные элементы, такие как источники информации, механизмы поиска, отбора, обработки и структурирования информации, а также особенности формирования информационных баз данных.</p>
20	<p>Ответ. Принципы оценки эффективности коммуникационных кампаний включают в себя несколько ключевых аспектов, таких как качественная оценка, содержание стратегии формирования или развития имиджа, а также логика и последовательность изложения. - Качественная оценка эффективности коммуникационной кампании включает измерение ее воздействия на целевую аудиторию, анализ реакции общественности, изучение изменений в</p>

	<p>поведении и мнениях целевой аудитории, а также оценку достижения поставленных целей и задач</p> <p>- Оценка эффективности коммуникационной кампании должна включать анализ достижения поставленных целей по формированию или развитию имиджа. Это может включать оценку восприятия бренда, узнаваемости, имиджевых ассоциаций, а также изменений в общественном мнении о продукте, услуге или личности.</p>
21	<p>Ответ.</p> <p>Политическое манипулирование представляет собой процесс воздействия на общественное мнение, убеждения и действия с целью достижения определенных политических целей.</p> <p>- Манипулирование является процессом осознанного использования информации, эмоций, символов и других средств воздействия для изменения восприятия, мнений и поведения людей. Целью манипулирования может быть формирование определенного политического решения, образа лидера, воздействие на результаты выборов, и т. д.</p> <p>- Например, провокационные заявления, направленные на вызов определенных эмоциональных реакций у избирателей, использование негативной рекламы для дискредитации оппонентов, публикация фейковых новостей или искаженной информации для воздействия на общественное мнение. Также, создание ощущения неотложности или кризиса с целью мобилизации поддержки.</p>
22	<p>Ответ.</p> <p>Роль ответственности за предоставляемую информацию особенно важна в сфере коммуникации. Она связана с этической ответственностью и требует осознанного подхода к информационным потокам.</p> <p>- Концепция этической ответственности включает в себя понимание влияния информации на общество, уважение к частной жизни и правам людей, а также стремление к правде, справедливости и честности в коммуникации.</p> <p>- Ответственность за предоставляемую информацию включает в себя не только точность и достоверность сообщаемой информации, но также уважение прав других людей, избегание распространения клеветы, дезинформации, агитации к ненависти или насилию, обеспечение разнообразия и честности в коммуникации.</p>

5.5. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

Критерии оценки ИДЗ:

- оригинальность текста (не ниже 75%); допускается цитирование чужих работ в объеме, оправданном поставленными целями, с обязательным указанием автора, названия произведения и его выходных данных;
- уровень аргументации, способность отстаивать свою точку зрения;
- наличие обобщения и собственных выводов в заключении;
- качество оформления.

При промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Оценка сформированности компетенций по показателю ОПК-1.

Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
ОПК-1	Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом

<p>специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p> <p>ОПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.</p>	
Знания	<p>принципов, форм и методов профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности</p>
	<p>культурных отличий и особенностей межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде.</p>
Умения	<p>осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>
	<p>реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p>
Владения	<p>навыками осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) способностью реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде</p>
<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p> <p>ОПК-1.2 Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>	
Знания	<p>основных коммуникативных технологий и принципов их применения</p>
	<p>специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>
Умения	<p>эффективно применять коммуникативные технологии</p>
	<p>учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>
Владения	<p>навыками применения коммуникативные технологии с учетом межкультурного многообразия</p>
	<p>умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>
<p>ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ОПК-7.1. Формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории.</p>	
Знания	<p>стратегий представления результатов деятельности, норм, принципов и правил для составления документов и отчетов</p>
	<p>специфики и особенностей целевой аудитории для представления результатов профессиональной</p>

Умения	формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности
	интерпретировать специфику и особенности целевой аудитории для составления и оформления документов и отчетов
Владения	навыками формирования стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде документов и отчетов
	способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории
<p>ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ОПК-7.2. Подбирает технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии представления результатов профессиональной деятельности</p>	
Знания	технологий коммуникации и каналов распространения информации
	основных стратегий представления результатов профессиональной деятельности
Умения	подбирать технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии
	выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов
Владения	навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации
	стратегиями представления результатов профессиональной деятельности

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Системное и критическое мышление.				
ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран				
ОПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.				

Знание принципов, форм и методов профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности	Не знает принципов, форм и методов профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности	Имеет общие представления о принципах, формах и методах профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности	Может грамотно сформулировать принципы, формы и методы профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности	Знание и понимание принципов, форм и методов профессиональной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности
Знание культурных отличий и особенностей межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде	Не знает культурных отличий и особенностей межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде	Имеет общие представления о культурных отличиях и особенностях межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде	Способен понимать культурные отличия и особенности межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде	Понимание культурных отличий и особенностей межкультурного взаимодействия по профилю деятельности в мультикультурной среде
ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран ОПК-1.2 Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран				
Знание основных коммуникативных технологий и принципов их применения	Не знает основные коммуникативные технологии и принципы их применения	Имеет общие представления об основных коммуникативных технологиях и принципах их применения	Способен понимать и излагать основные коммуникативные технологии и принципы их применения	Понимание основных коммуникативных технологий и принципов их применения
Знание специфики и особенностей целевой аудитории для представления результатов профессиональной деятельности	Не знает специфики и особенностей целевой аудитории для представления результатов профессиональной деятельности	Имеет общие представления о специфике и особенностях целевой аудитории для представления результатов профессиональной деятельности	Способен понимать специфику и особенности целевой аудитории для представления результатов профессиональной деятельности	Понимание и грамотное изложение специфики и особенностей целевой аудитории для представления результатов профессиональной деятельности

Межкультурное взаимодействие.

ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации

ОПК-7.1. Формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории.

Знание стратегий представления результатов деятельности, норм, принципов и правил для составления документов и отчетов	Не знает стратегий представления результатов деятельности, норм, принципов и правил для составления документов и отчетов	Имеет общие представления о стратегиях представления результатов деятельности, норм, принципов и правил для составления документов и отчетов	Может грамотно сформулировать основные стратегии представления результатов деятельности, норм, принципов и правил для составления документов и отчетов	Знание стратегий представления результатов деятельности, норм, принципов и правил для составления документов и отчетов
Знание принципов и норм толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества	Не знает принципов и норм толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества	Демонстрирует неуверенное знание принципов и норм толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества	Имеет сформированное знание принципов и норм толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества, но допускает незначительные ошибки	Имеет уверенное знание принципов и норм толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества
Знание основных категорий этики для определения нравственных обязательств по отношению к природе, обществу, другим людям, к самому себе.	Не знает основных категорий этики для определения нравственных обязательств по отношению к природе, обществу, другим людям, к самому себе.	Имеет общее, но не структурированное знание основных категорий этики для определения нравственных обязательств по отношению к природе, обществу, другим людям, к самому себе.	Знание основных категорий этики для определения нравственных обязательств по отношению к природе, обществу, другим людям, к самому себе является полным, но присутствуют отдельные неточности в формулировках	Обладает полным и исчерпывающим знанием основных категорий этики для определения нравственных обязательств по отношению к природе, обществу, другим людям, к самому себе

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5

<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p> <p>ОПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.</p>				
<p>Умение осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Не умеет осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>С затруднениями осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Хорошо умеет осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Умеет грамотно осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>
<p>Умение реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p>	<p>Не умеет реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p>	<p>С затруднениями умеет реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p>	<p>Хорошо умеет реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p>	<p>Умеет во всей полноте реализовывать свой профиль деятельности в мультикультурной среде.</p>
<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p> <p>ОПК-1.2 Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>				

Умеет эффективно применять коммуникативные технологии на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	Не умеет применять коммуникативные технологии на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	С затруднениями применяет коммуникативные технологии на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	Хорошо умеет применять коммуникативные технологии на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности	Уверенно демонстрирует навыки применения коммуникативных технологий на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности
Умеет учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Не умеет учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	С затруднениями способен учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Хорошо умеет учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Уверенно демонстрирует способность учитывать специфику деловой и духовной культуры России и зарубежных стран
<p>ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ОПК-7.1. Формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории.</p>				
Умение формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Не умеет формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	С затруднениями формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Хорошо умеет формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Умеет и грамотно и уверенно формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности
Умение интерпретировать специфику и особенности целевой аудитории для составления и оформления документов и отчетов	Не умеет интерпретировать специфику и особенности целевой аудитории для составления и оформления документов и отчетов	Умеет частично интерпретировать специфику и особенности целевой аудитории для составления и оформления документов и отчетов	Умеет грамотно объяснять специфику и особенности целевой аудитории для составления и оформления документов и отчетов	Демонстрирует умение легко и свободно интерпретировать специфику и особенности целевой аудитории для составления и оформления документов и отчетов
<p>ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ОПК-7.2. Подбирает технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии представления результатов профессиональной деятельности</p>				

Умение подбирать технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии	Не может подбирать технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии	Способен фрагментарно подбирать технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии	В целом хорошо подбирает технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии	Отлично ориентируется в принципах подбора технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии
Умение выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов	Не умеет выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов	Умеет выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов	Умеет хорошо выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов	Демонстрирует систематическое умение выбирать наиболее подходящие стратегии представления результатов профессиональной деятельности в виде отчетов и документов

Оценка сформированности компетенций по показателю *Владение*

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p> <p>ОПК-1.1. Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.</p>				
Владеет навыками осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Не владеет навыками осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Фрагментарно владеет навыками осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Демонстрирует уверенное владение навыками осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Свободно использует навыки осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Владеет способностью реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде	Не владеет способностью реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде	Фрагментарно владеет способностью реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде	Демонстрирует уверенное владение способностью реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде	Свободно применяет способность реализовать свой профиль деятельности в мультикультурной среде
<p>ОПК-1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p> <p>ОПК-1.2 Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран</p>				
Владение умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Не владеет умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Фрагментарно владеет умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Демонстрирует уверенное владение умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Свободно владеет навыками и умениями применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран
Владение приемами и методами ведения дискуссии и полемику для выработки стратегии и тактики действий для решения поставленных задач	Не владеет приемами и методами ведения дискуссии и полемику для выработки стратегии и тактики действий для решения поставленных задач	Фрагментарно владеет приемами и методами ведения дискуссии и полемику для выработки стратегии и тактики действий для решения поставленных задач	Демонстрирует уверенное владение приемами и методами ведения дискуссии и полемику для выработки стратегии и тактики действий для решения поставленных задач	Свободно владеет приемами и методами ведения дискуссии и полемику для выработки стратегии и тактики действий для решения поставленных задач
<p>ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации</p> <p>ОПК-7.1. Формирует стратегии представления результатов профессиональной деятельности с учетом их специфики и особенностей целевой аудитории</p>				

Владеет умением формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Не владеет умением формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	С затруднениями владеет умением формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Уверенно владеет умением формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности	Свободно владеет умением формировать стратегии представления результатов профессиональной деятельности
Владеет способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории	Не владеет способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории	С затруднениями владеет способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории	Демонстрирует владение способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории	Демонстрирует уверенное владение способностью сравнения специфики и особенностей целевой аудитории
ОПК-7. Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации				
ОПК-7.2. Подбирает технологии коммуникации и каналы распространения информации на основе выработанной стратегии представления результатов профессиональной деятельности				
Владение навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации	Не владеет навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации	Фрагментарно владеет навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации	В целом хорошо владеет навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации	Полностью владеет навыками применения технологии коммуникации и каналов распространения информации
Владение стратегиями представления результатов профессиональной деятельности	Не владеет стратегиями представления результатов профессиональной деятельности	Фрагментарно владеет стратегиями представления результатов профессиональной деятельности	Хорошо владеет стратегиями представления результатов профессиональной деятельности	Полностью владеет стратегиями представления результатов профессиональной деятельности

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ОПК 1.2 Осуществляет профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.	Не осуществляет или осуществляет с грубыми ошибками профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.	В целом способен, но затрудняется осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.	Способен с незначительными ошибками осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.	Способен самостоятельно осуществлять профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде.
ОПК 7.2 Применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Не в состоянии определить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Способен с определенными затруднениями применять коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Способен сформулировать и применить коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	Уверенно применяет коммуникативные технологии с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Перечень специальных помещений и помещений для самостоятельной работы

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду
	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, самостоятельной работы	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
	Методический кабинет	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук

6.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник /
2. Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=329134>
3. Крупенков, В. В. Государственные и бизнес-коммуникации : учебное пособие
4. / В. В. Крупенков, Н. А. Мамедова, А. Н. Грачев. — Москва : Евразийский открытый институт, 2011. — 117 с. — ISBN 978-5-374-00564-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10650.html>
5. Социология массовой коммуникации : Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
6. <http://znanium.com/bookread.php?book=404699>

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. <http://sbiblio.com/biblio/> - Библиотека научной литературы
2. <http://elementy.ru> Элементы Большой Науки
3. <http://rapn.ru> - Официальный сайт Российской Ассоциации политической науки
4. <http://www.isras.ru> - Институт социологии Российской Академии наук
5. <http://социология.net>
6. <http://sophist.hse.ru> - Единый архив экономических и социологических данных:
7. www.apn.ru – сайт Агентства политических новостей;
8. www.politjournal.ru – электронная версия «Политического журнала»;
9. www.politika-magazine.ru – итернет-версия журнала «Политика»;
10. www.ipolitics.ru – каталог документов (первоисточники и аналитика), политическая карта мира, библиотечка политолога (статьи и материалы, ставшие классикой в современной политологии и теории международных отношений), специальные проекты;
11. pubs.carnegie.ru/forum – электронная версия журнала “Pro et Contra”;
12. www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm – индекс «Полития IV»;
13. www.freedomhouse.org – индекс свободы «Фридом Хаус»;
14. hdr.undp.org – индекс человеческого развития ООН;
15. www.politstudies.ru/fulltext/2006/5/4.htm – индексы в проекте «Политический атлас современности».

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа утверждена на 2022/2023 учебный год без изменений.

Протокол № 10 заседания кафедры от «25» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой _____



подпись, ФИО

Чижова Е.Н.

Директор института _____



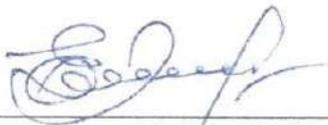
Дорошенко Ю.А.

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа утверждена на 2023/2024 учебный год без изменений.

Протокол № 10 заседания кафедры от « 11 » мая 2023 г.

Заведующий кафедрой _____ Чижова Е.Н.



подпись, ФИО

Директор института _____ Дорошенко Ю.А.

