

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Факультет гуманитарных и социальных наук

Рекомендовано МССН

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины** Технологии политической коммуникации

---

---

**Рекомендуется для направления подготовки/специальности**

41.03.04 Политология

*(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)*

**Направленность программы (профиль)**

Политология

*(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))*

**1. Цели и задачи дисциплины:** Основная цель дисциплины - освещение современных процессов технологии политической коммуникации в России и в мире, выработка у студентов навыков самостоятельного анализа политических процессов. Задачами курса является выработка у студентов понимания о сущности и особенностях взаимоотношений технологий коммуникации и политики, инструментального аспекта влияния технологий коммуникации на общество и политику.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина Технологии политической коммуникации относится к Вариативной части блока 1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<b>Общекультурные компетенции</b>			
1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	Введение в политическую теорию: стратификационные, институциональные и неинституциональные основы политики  Российская цивилизация: ценностное единство общества	Гражданское общество: традиции и современные практики в России и мире
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>			
1	ОПК-6. Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности.	Политический менеджмент: современные формы политико-технологического управления	Политико-административное управление зарубежных стран  GR-менеджмент: зарубежная и российская практика
<b>Профессиональные компетенции</b>			
1	ПКО-5. Способен работать в рамках политологического (политического) проекта в качестве исполнителя и руководителя нижнего звена.		Гражданское общество: традиции и современные практики в России и мире

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

1. УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.
2. ОПК-6. Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности.
3. ПКО-5. Способен работать в рамках политологического (политического) проекта в качестве исполнителя и руководителя нижнего звена  
(указываются в соответствии с ОС ВО РУДН)

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** основные мысли и постулаты различных моделей политической коммуникации;

**Уметь:** работать с оригинальными научными текстами и содержащимися в них смысловыми конструкциями; давать характеристику и оценку отдельным политическим событиям и процессам.

**Владеть:** стремлением к повышению своей квалификации; общенаучной и политологической терминологией; специальными знаниями и навыками теоретического и прикладного характера в области политических наук.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6	7	8
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36	36			
В том числе:					
<i>Лекции</i>	18	18			
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>					
<i>Семинары (С)</i>	18	18			
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	36	36			
Общая трудоемкость	час	72	72		
	зач. ед.	2	2		

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Имидж как продукт политических коммуникаций	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Имидж политика и общественное мнение</li> <li>2. Структура имиджа политика</li> <li>3. Востребованные качества и социальные роли политика</li> <li>4. Технология формирования имиджа политика</li> </ol>
2.	Политическая реклама как форма политической коммуникации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Функции политической рекламы</li> <li>2. Виды политической рекламы</li> <li>3. Создание сообщений в политической рекламе</li> <li>4. Оценка эффективности политической рекламы</li> </ol>
3.	Манипулятивные технологии политической коммуникации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие манипулятивной коммуникации</li> <li>2. Приемы манипуляции</li> <li>3. Повестка дня как технология изменения общественного сознания</li> <li>4. Окно Овертона как технология глобальной манипуляции</li> <li>5. Электоральная драматургия: case Йона Гнарра</li> </ol>
4.	Технологии интернет-коммуникаций в политике	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности интернет-коммуникаций в политике</li> <li>2. Интернет-технологии решения социальных проблем</li> <li>3. Интернет-манипуляции общественным мнением</li> </ol>

##### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина.	СРС	Всего час.
1.	Имидж как продукт политических коммуникаций	4			4	9	17
2.	Политическая реклама как форма политической коммуникации	4			4	9	17
3.	Манипулятивные технологии политической коммуникации	4			4	9	17
4.	Технологии интернет-коммуникаций в политике	6			6	9	21

**6. Лабораторный практикум.** Не предусмотрен.

**7. Практические занятия (семинары).**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество часов
1.	Социальные ценности и общественные настроения в формировании имиджа политика	4
2.	Средства воздействия политической рекламы	4
3.	Предлагаемая повестка дня кандидата на выборах	4
4.	Государственный суверенитет и интернет-коммуникации	6

**8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

- наличие специально оборудованных аудиторий для мультимедийных презентаций

**9. Информационное обеспечение дисциплины**

а) программное обеспечение: ОС MS Windows (Версия 7 и выше), пакет MS Office 2007.

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Портал «Политнаука» <http://www.politnauka.org/>
2. Портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование» - <http://www.humanities.edu.ru>
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
4. Электронная гуманитарная библиотека <http://www.gumfak.ru/>
5. Библиотека Национальная безопасность - <http://www.nationalsecurity.ru/library/>
6. Britannica - [www.britannica.com](http://www.britannica.com)
7. Вестник МГУ. Политические науки – <http://polit.msu.ru/vestnik/>
8. ПОЛИС - <http://www.politstudies.ru/>
9. Политическая наука - [http://inion.isras.ru/index.php?page\\_id=123](http://inion.isras.ru/index.php?page_id=123)
10. Полития - <http://www.politeia.ru/>
11. Политэкс – <http://www.politex.info/>
12. Сравнительная политика - <http://www.mgimo.ru/comparpolit/>
13. Официальный сайт Института социологии РАН - <http://www.isras.ru>
14. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология - <http://journals.rudn.ru/political-science/>
15. Учебно-научный информационный библиотечный центр (Научная библиотека) - <http://lib.rudn.ru/>
16. Государство, религия, Церковь в России и за рубежом: журнал - <http://www.religion.ranepa.ru>

**10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

а) основная литература

1. Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Проспект. 2019. — 320 с.
2. Михальская А. К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике: Учеб. пособие для студентов гуманитарных факультетов. — М.: Издательский центр Academia. 1996. — 192 С.

## б) дополнительная литература

1. Володенков Сергей Владимирович. Политическое управление как процесс информационно-коммуникационного регулирования современных общественных отношений / С.В. Володенков // Вестник Российского университета дружбы народов: Политология. - 2017. - № т. 19 (3). - С. 279 - 289. - ISSN 20827.
2. Чудинов Анатолий Прокопьевич. Российская лингвополитическая персонология: исследование дискурса политических лидеров / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова, М.В. Никифорова // Вестник Российского университета дружбы народов: Теория языка. Семиотика. Семантика. - 2018. - № т. 9 (1). - С. 14 - 31. - ISSN 79.
3. Минаева Людмила Владимировна. Речь в мире политики: монография / Л.В. Минаева. - М.: Аспект Пресс, 2019. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0998-8
4. Прокопенко Тимур Валентинович. Особенности влияния социальных сетей на политические процессы в современной России / Т.В. Прокопенко // Вестник Пятигорского государственного университета. - 2020. - № 1. - С. 173 - 182.

## 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Студентам рекомендуется получить в Библиотечно-информационном центре института учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины.

В ходе освоения курса студентам следует выполнять указания преподавателя, своевременно читать рекомендованную литературу, активно выступать на семинарских занятиях, готовиться к занятиям и аттестации путем ответов на вопросы для самоконтроля, предложенных в конце каждой темы. Вопросы промежуточного тестирования являются закрытыми. Выполнение и защита итоговой работы наряду с итоговыми экзаменами являются необходимыми элементами подготовки специалистов.

## 12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Итоговый рейтинг курса составляет 100 баллов. Для получения экзаменационной оценки сумма баллов за дисциплинарные модули должна составлять от 60 до 75 баллов для оценки «удовлетворительно», 75-85 баллов для оценки «хорошо», 85-100 баллов для оценки «отлично».

Максимальный рейтинг по дисциплине – 100 баллов, соответствует 100% освоения обучающимся всех видов работ на высоком качественном уровне.

Традиционные оценки в РФ	Баллы для перевода оценок	Оценки	Оценки ECTS
5	95 - 100	5+	A

	86 - 94	5	B
4	69 - 85	4	C
3	61 - 68	3+	D
	51 - 60	3	E
2	31 - 50	2+	FX
	0 - 30	2	F
Зачет	51 - 100	Зачет	Passed

Максимальный рейтинг по дисциплине – 100 баллов, соответствует 100% освоения обучающимся всех видов работ на высоком качественном уровне.

Если студент желает повысить рейтинговую оценку по дисциплине, то он обязан заявить об этом преподавателю на итоговом контроле. Дополнительная проверка знаний осуществляется преподавателем в течение недели после итогового контроля с использованием перечня экзаменационных билетов по курсу. Полученные баллы учитываются при определении рейтинговой оценки. Если студент во время дополнительной проверки знаний не смог повысить рейтинговую оценку, то ему сохраняется количество баллов, набранных ранее в течение календарного модуля.

Для получения зачета по дисциплине сумма баллов студента по дисциплине за весь срок обучения должна быть 60 и более баллов при условии изучения всех дисциплинарных модулей.

Студенту, не набравшему минимального количества рейтинговых баллов до итогового контроля, т.е. получившему «неудовлетворительно», предоставляется возможность добора баллов по дисциплинарным модулям в течение двух недель после окончания изучения дисциплины с использованием перечня экзаменационных билетов по курсу и списка обязательной и дополнительной литературы.

Если в течение двух недель студент не набрал необходимого количества баллов для получения положительной оценки, то назначается комиссия по приему академических задолженностей с обязательным участием заведующего кафедрой, срок ликвидации академических задолженностей – июнь текущего учебного года. Результаты ликвидации академических задолженностей также оцениваются в рейтинговых баллах по принятой шкале.

### **Типовые контрольные задания для оценки знаний и навыков.**

#### **Перечень рефератов по темам:**

1. Концепции политической коммуникации
2. Имидж политика как результирующая информационных процессов
3. Имидж политической партии «Единая Россия»
4. Имидж политической партии «Справедливая Россия»
5. Имидж политической партии ЛДПР
6. Имидж политической партии КПРФ
7. Имидж новых политических партий России
8. Подготовка политических партий к выборам в Государственную Думу России в 2021 году
9. Скандал как политическое событие
10. Общественное мнение в избирательных кампаниях: как социологи учитывают «спираль умолчания»
11. Формы и методы манипуляции общественным мнением
12. Модель общества «постправды» и ее практические применения
13. Сравнительный анализ лозунгов политических партий в 2020 году
14. Интрига избирательной кампании и ее роль в разработке избирательной стратегии
15. Методы противодействия символической агрессии в избирательной кампании

## Перечень вопросов итоговой аттестации по курсу:

1. Понятие имиджа политического субъекта
2. Соотношение понятия имидж и репутация
3. Символическая природа имиджа
4. Социальные ценности и общественные настроения в формировании имиджа политика
5. Понятие информационного потока
6. Общественное мнение как способ доминирования лидирующих социальных групп
7. Событие и событийный менеджмент
8. Социальные роли и политическом театре
9. Социальные роли представителя
10. Основные стратегии формирования имиджа политика
11. Социальные качества представителя в российской традиции
12. Case study: имидж В.В.Жириновского
13. Определение политической рекламы
14. Отличие политической рекламы от коммерческой
15. Отличие политической рекламы от пропаганды
16. Информационная функция политической рекламы
17. Мобилизационная функция политической рекламы
18. Средства воздействия политической рекламы
19. Драматизация события в политической рекламе
20. Сторителлинг как метод политической рекламы
21. Каналы распространения политической рекламы
22. Особенности политической рекламы на телевидении
23. Особенности политической рекламы на радио
24. Особенности политической рекламы в прессе
25. Особенности политической рекламы в интернет-сетях
26. Особенности наружной политической рекламы
27. Структура рекламного месседжа
28. Политический слоган, его структура и функции
29. Модели политической коммуникации
30. Определение манипуляции общественным сознанием
31. Способы манипулирования по Н.Хомскому
32. Понятие повестки дня
33. Повестка дня в СМИ
34. Повестка дня в социологических исследованиях
35. Предлагаемая повестка дня кандидата на выборах
36. Окно Овертона: понятие и практические применения
37. Тефлоновый эффект политика: понятие и ограничения
38. Типы политиков
39. Электоральная драматургия в избирательных кампаниях
40. Электоральная драматургия на выборах президента Украины В.Зеленского в 2018 году
41. Электоральная драматургия на выборах президента США Д.Трампа в 2016
42. Электоральная драматургия на выборах главы Повалихинского сельского поселения в Костромской области 2020 году
43. Универсальный характер интернет-пространства
44. Государственный суверенитет и интернет-коммуникации
45. Социальные сети как пространство воспроизводства социальных отношений
46. Социальные сети как пространство воспроизводства ценностей
47. Социальные сети как пространство воспроизводства государственных институтов
48. Социальные сети как механизм разрушения общественного порядка
49. «Клиповое сознание» как продукт интернет-коммуникаций

50. Что такое формат storytelling в интернет-коммуникациях
51. Как создается информационный поток в интернет-коммуникациях
52. Специальные сайты органов государственной власти для обращений граждан
53. Электронное голосование: как оно устроено
54. Основное содержание Федерального закона N 8-ФЗ «О доступе к информации» от 09.02.2009.
55. Роль интернет-коммуникаций в Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти
56. «Умное голосование» как интернет-технология предстоящих выборов в Государственную Думу России в 2021 году.
57. Ленточный план-график избирательной кампании как форма реализации избирательной стратегии
58. Место медиа-плана в ленточном план-графике
59. Основные принципы медиа-планирования
60. Определение целевых аудиторий
61. Определение контента медиа-кампании
62. Определение каналов информирования
63. Распределение сообщений кандидата по времени.
64. Увязка медиа-плана с планом агитационной кампании «от двери к двери»
65. Определение тиражей агитационных материалов
66. Платный и бесплатный агитационный материал
67. Оценка эффективности медиа-кампании
68. Основные положения Федерального закона от 09.02.2009 N 8-ФЗ (ред. от 28.12.2017) "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления"
69. Предложения «Открытого Правительства» по реформированию публичности органов госуправления в России по материалам Доклада «Об итогам внедрения системы «Открытое Правительство» и перспективах до 2024 года» (Источник <https://report.open.gov.ru>)
70. Рейтинги открытости Инфометра
71. Использование органами государственной и муниципальной власти ведущих социальных сетей
72. Система «Инцидент-менеджмент» как инструмент выявления социального недовольства
73. Работа органов государственной и муниципальной власти в специальных социальных сетях
74. Сайт «Активный гражданин»: оценка его эффективности
75. Сайт «Сердитый гражданин»: оценка его эффективности
76. Сайт «Добродел»: оценка его эффективности
77. Сайт «Умный город»: оценка его эффективности
78. Использование социальных сетей субъектами гражданского общества
79. Понятие информационная война
80. Понятие информационного потока
81. Понятие манипулирование общественным мнением
82. Международная повестка дня: как она формируется
83. Технологии информационных войн
84. Понятие информационного вброса
85. Средства распространения информации в информационных войнах
86. Методы легализации информационного вброса
87. Способы подкрепления первоначального информационного вброса
88. Органы управления информационной войной
89. Методы противостояния в информационных войнах
90. Информационные войны в «цветных революциях»
91. Роль социальных сетей в «цветных революциях»
92. Управление «динамическим хаосом» как средство достижения геополитических целей



Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

**Разработчики:**

Доцент кафедры  
сравнительной политологии  
*должность, название кафедры*

\_\_\_\_\_ *подпись*

**В.Н. Амелин**  
\_\_\_\_\_ *инициалы, фамилия*

**Руководитель программы**

\_\_\_\_\_ *должность, название кафедры*

\_\_\_\_\_ *подпись*

\_\_\_\_\_ *инициалы, фамилия*

**Заведующий кафедрой  
Политического анализа и  
управления**  
\_\_\_\_\_ *название кафедры*

\_\_\_\_\_ *подпись*

**В.М. Платонов**  
\_\_\_\_\_ *инициалы, фамилия*