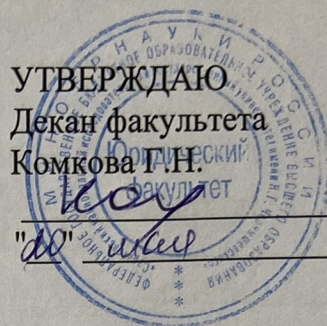


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
Юридический факультет



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Комкова Г.Н.

"20" _____ 20 21.

**Рабочая программа дисциплины
Коммуникационный менеджмент**

Направление подготовки магистратуры
41.04.04 Политология

Профиль подготовки магистратуры
«Государственная политика и управление»

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная

**Саратов,
2021**

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Казаков Александр Александрович		20.05.21
Председатель НМК	Тогузаева Екатерина Николаевна		20.05.21
Заведующий кафедрой	Вилков Александр Алексеевич		20.05.21
Специалист Учебного управления	Юшинова Ирина Владимировна		

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является формирование у студентов теоретических и практических знаний коммуникационном менеджменте как одной из важных дисциплин современной политической науки, ориентированной на рационализацию, демократизацию и оптимизацию взаимоотношений между властью и обществом.

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 41.04.04 «Политология», профилю подготовки «Государственная политика и управление»; реализуется в третьем семестре, завершается зачетом.

Дисциплина опирается на методологический и теоретический фундамент политической науки, реализованный в предшествующих общепрофессиональных дисциплинах бакалавриата (прежде всего, таких как «Политический менеджмент», «Политическая социология», «Политическая психология», «Современная российская политика», «Политический анализ и прогнозирование»), а также в дисциплинах магистратуры предшествующих семестров («Актуальные проблемы развития российской политической науки», «Теоретические основы имиджевых технологий» и другие). Дисциплина представляет собой теоретико-прикладной предмет, позволяющий студентам овладеть современными знаниями и практическими навыками коммуникационного менеджмента, необходимыми политологу для работы в различных сферах. Методически целесообразным является преподавание в следующем – четвертом – семестре магистратуры дисциплины «Технологии управления политической информацией», дополняющей и развивающей содержание дисциплины «Коммуникационный менеджмент».

3. Результаты обучения по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	1.1_М.УК-2. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения.	<u>Знает</u> алгоритм разработки концепций проектов в рамках обозначенных проблем; <u>Умеет</u> формулировать цель, задачи, актуальность и значимость проектов; <u>Владеет</u> методами определения ожидаемых результатов реализации проектов и возможных сфер их применения.
	1.2_М.УК-2. Способен видеть результат деятельности и планировать последовательность шагов для его достижения.	<u>Знает</u> способы формулирования ожидаемых результатов деятельности; <u>Умеет</u> сопоставлять ожидаемые и реально достигнутые результаты деятельности по проекту; <u>Владеет</u> методами планирования

		последовательности шагов для достижения ожидаемых результатов.
	1.3_М.УК-2. Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами.	<u>Знает</u> принципы организации и координации работы участников проекта; <u>Умеет</u> конструктивно преодолевать возникающие разногласия и конфликты; <u>Владеет</u> навыками обеспечения работы команды необходимыми ресурсами.
	1.4_М.УК-2. Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях.	<u>Знает</u> принципы публичных презентаций проектов; <u>Умеет</u> публично представлять результаты в форме отчетов, статей, выступлений; <u>Владеет</u> навыками публичных выступлений на научно-практических семинарах и конференциях.
	1.5_М.УК-2. Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение).	<u>Знает</u> алгоритм разработки возможных путей внедрения результатов проекта; <u>Умеет</u> сопоставлять между собой различные варианты реализации проектов; <u>Владеет</u> методами мониторинга реализации проектов.
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	1.1_М.УК-4. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для выполнения письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.).	<u>Знает</u> требования, предъявляемые к письменному переводу и редактированию различных академических текстов; <u>Умеет</u> письменно переводить и редактировать академические тексты; <u>Владеет</u> навыками подготовки рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.
	1.2_М.УК-4. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные.	<u>Знает</u> алгоритм подготовки к участию в научных мероприятиях; <u>Умеет</u> грамотно представлять результаты академической и профессиональной деятельности; <u>Владеет</u> навыками публичных выступлений на

		различных научных мероприятиях, в том числе международных.
	1.3_М.УК-4. Владеет жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия.	<u>Знает</u> основные принципы и условия эффективности письменной и устной коммуникации; <u>Умеет</u> выстраивать оптимальную модель коммуникации в академической сфере; <u>Владеет</u> методами эффективного участия в межкультурном взаимодействии.
	1.4_М.УК-4. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.	<u>Знает</u> правила участия в академических и профессиональных дискуссиях; <u>Умеет</u> убедительно отстаивать собственную точку зрения; <u>Владеет</u> навыками успешного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
	1.5_М.УК-4. Демонстрирует интегративные умения выполнять разные типы перевода академического текста с иностранного (-ых) на государственный язык в профессиональных целях. Умеет использовать сеть Интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации.	<u>Знает</u> алгоритм выполнения разных типов перевода академического текста с иностранного(-ых) на государственный язык в профессиональных целях; <u>Умеет</u> использовать сеть Интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации; <u>Владеет</u> методами эффективного участия в учебной и академической профессиональной коммуникации.
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	1.1_М.УК-5. Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей.	<u>Знает</u> причины появления социальных обычаев и различий в поведении людей; <u>Умеет</u> сопоставлять особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения;

		<u>Владеет</u> методами эффективного взаимодействия с людьми различного социального и культурного происхождения.
	1.2_М.УК-5. Владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.	<u>Знает</u> принципы недискриминационной среды взаимодействия; <u>Умеет</u> создавать недискриминационную среду взаимодействия; <u>Владеет</u> навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.
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 различных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	ОПК-1.1 Обладает навыками эффективного общения на русском языке, в том числе в связанных с политикой сферах.	<u>Знает</u> русский язык в совершенстве, в том числе в сфере политики; <u>Умеет</u> осуществлять эффективную коммуникацию на русском языке; <u>Владеет</u> методами эффективного общения на русском языке, в том числе в связанных с политикой сферах.
	ОПК-1.2 Способен осуществлять грамотную коммуникацию как на русском, так и на иностранном(ых) языках с использованием терминологического аппарата и основных понятий современной политической науки.	<u>Знает</u> алгоритм осуществления грамотной коммуникации на русском и на иностранном(ых) языках; <u>Умеет</u> использовать терминологический аппарат и основные понятия современной политической науки; <u>Владеет</u> методами ведения грамотного общения на политические темы как на русском, так и на иностранном(ых) языках.
	ОПК-1.3 Способен осуществлять эффективную коммуникацию как на русском, так и на иностранном(ых) языках в мультикультурной профессиональной среде на основе применения различных коммуникативных технологий и использования основных понятий современной политической науки.	<u>Знает</u> принципы осуществления эффективной коммуникации как на русском, так и на иностранном(ых) языках в мультикультурной профессиональной среде; <u>Умеет</u> применять различные коммуникативные технологии; <u>Владеет</u> методами

		использования основных понятий современной политической науки.
<p>ПК-2 Способен организовывать политические кампании и управлять ими, владеть избирательными технологиями</p>	<p>ПК-2.1 Готов к разработке механизмов и мониторинга реализации федеральных, региональных и муниципальных программ, направленных на укрепление общероссийской гражданской идентичности, сохранение и поддержку этнокультурного и религиозного многообразия народов Российской Федерации.</p>	<p><u>Знает</u> алгоритм разработки механизма реализации федеральных, региональных и муниципальных программ; <u>Умеет</u> осуществлять мониторинг реализации программ, направленных на укрепление общероссийской гражданской идентичности; <u>Владеет</u> методами оценки эффективности реализации программ, направленных на сохранение и поддержку этнокультурного и религиозного многообразия народов Российской Федерации.</p>
	<p>ПК-2.2 Способен обосновывать программы мероприятий, направленных на укрепление гражданского единства в Российской Федерации, использовать данные программ при подготовке политических/избирательных кампаний.</p>	<p><u>Знает</u> принципы составления программ мероприятий, направленных на укрепление гражданского единства в Российской Федерации; <u>Умеет</u> использовать данные программы при подготовке политических/избирательных кампаний; <u>Владеет</u> методами обоснования необходимости реализации программ мероприятий, направленных на укрепление гражданского единства в Российской Федерации.</p>
	<p>ПК-2.3 Способен формировать и актуализировать информационную базу данных по обеспечению реализации основных направлений государственной национальной политики, использовать данную базу при реализации политических/избирательных кампаний.</p>	<p><u>Знает</u> алгоритм формирования информационной базы данных по обеспечению реализации основных направлений государственной национальной политики; <u>Умеет</u> актуализировать информационную базу данных по обеспечению реализации основных направлений государственной национальной политики; <u>Владеет</u> методами использования данных баз при реализации</p>

		политических/избирательных кампаний.
--	--	--------------------------------------

4. Структура и содержание дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия		КСР	
Общая трудоемкость	Из них - практическая подготовка							
1.	Тема 1. Теоретико-методологические основы коммуникационного менеджмента	3	1-2	2	2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе
2.	Тема 2. Виды коммуникации	3	3	2	2	2	3	Устный опрос
3.	Тема 3. Уровни коммуникации.	3	4	2			3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе
4.	Тема 4. Коммуникация в организациях.	3	5	2			3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе
5.	Тема 5. Публичная коммуникация	3	6		2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе
6.	Тема 6. Политическая коммуникация	3	7-8	2	2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе
7.	Тема 7. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики.	3	9		2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе
8.	Тема 8. Массовая информационно-коммуникационная система.	3	10		2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов, эссе

9.	Тема 9. Немаркетинговые способы организации политического дискурса.	3	11-12		2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов,эссе
10.	Тема 10. Маркетинговые способы организации политического дискурса.	3	13		1	1	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов,эссе
11.	Тема 11. Политическая реклама и информационный лоббизм.	3	14		1	1	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов,эссе
12.	Тема 12. Государственная информационная политика.	3	15		2	2	3	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов,эссе
13.	Тема 13. Информационные кампании	3	16		1	1	2	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов,эссе
14.	Тема 14. Интернет в политике	3	17		1	1	4	Участие в дискуссиях Выполнение рефератов,эссе
	Промежуточная аттестация			10	20	20	42	Зачет
	Всего	72						

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Теоретико-методологические основы коммуникационного менеджмента

Содержание коммуникационного менеджмента и его функции. Ценностные приоритеты коммуникационного менеджмента. Предмет теории коммуникации. Законы и категории коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-политической мысли. Современные концепции коммуникации и массовой коммуникации. Структурные модели коммуникации. Основные элементы коммуникационного процесса. Коммуникативные барьеры.

Тема 2. Виды коммуникации.

Вербальная коммуникация. Семиотика. Средства коммуникации. Речь как способ передачи информации. Формы речевой коммуникации. Диалог. Монолог. Спор как разновидность речевой коммуникации. Стратегия и тактика аргументации. Устноречевая коммуникация. Виды устноречевой коммуникации. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции. Невербальная коммуникация. Мимика и взгляд. Жесты. Позы и походка. Контакт глаз. Организация пространства и времени коммуникативного процесса.

Тема 3. Уровни коммуникации.

Межличностная коммуникация. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Чувства и эмоции в коммуникационном действии. Коммуникация в малых группах, виды, особенности и функции. Структура и динамика коммуникации в малой группе. Массовая коммуникация, структура и функции. Эффективность массовой коммуникации.

Тема 4. Коммуникация в организациях.

Коммуникация как функция управления организацией. Особенности внутренних коммуникаций в организациях. Виды коммуникаций в организациях. Социальная структура коммуникаций в организациях. Соотнесение видов организаций и особенностей коммуникаций. Формы деловой коммуникации в организациях (деловой разговор, деловая беседа, деловое совещание, деловые переговоры). Особенности маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. Публичная коммуникация

Публичная коммуникация, ее сущность, формы и особенности. Жанры публичной коммуникации. Устная деловая публичная коммуникация. Выступления перед различными аудиториями и их особенности. Деловое общение: стратегии и стили, их особенности. Собрание, виды, сценарии проведения. Этикетные речи, их виды и особенности. Пресс-конференции: виды и особенности проведения. Телевизионное интервью, телевизионные дебаты.

Тема 6. Политическая коммуникация

Понятие политической коммуникации: сущность и функции. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики. Теории политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникационных процессов. Структура, средство и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация. Особенности политической коммуникации в информационном обществе.

Тема 7. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики.

Понятие, сущность и типология информационно-коммуникационных полей. Понятие дискурса и особенности его использования. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей (доиндустриальное, индустриальное, постиндустриальное). Понятие информационно-коммуникационных систем. Информационно-коммуникационные системы в условиях различных политических режимов. Особенности государственной информационно-коммуникационной системы. Международная информационно-коммуникационная система в условиях глобализации. Основные принципы и направления развития международной информационно-коммуникационной системы.

Тема 8. Массовая информационно-коммуникационная система.

Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы. Структура массовой информационно-коммуникационной системы. Структура и виды СМИ. Политические функции СМИ. Эффективность деятельности СМИ. Политико-правовые условия деятельности СМИ. Понятие, сущность и отличительные черты общественного мнения. Структура и функции общественного мнения. Механизмы формирования общественного мнения.

Тема 9. Немаркетинговые способы организации политического дискурса.

Понятие маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в политике. Сущность, функции и отличительные черты политической пропаганды. Субъекты и объекты политической пропаганды, ее виды и особенности. Особенности пропагандистских информационных технологий. Манипулятивные технологии в структуре пропаганды. Идеология и пропаганда. Сущность, функции и отличительные черты политической агитации. Субъекты и объекты политической агитации. Особенности агитационных информационных технологий в политике.

Тема 10. Маркетинговые способы организации политического дискурса.

Сущность и особенности политического рынка. Информационное содержание политического рынка. Политический имиджмейкинг. Политический брендинг. Политический пиар, его сущность и виды. Особенности пиар-технологий в политике.

Тема 11. Политическая реклама и информационный лоббизм.

Политическая реклама, ее сущность и функции. Структура политической рекламы. Виды политической рекламы. Процесс производства рекламной продукции в политике. Аналитическое, социально-экономическое, социально-психологическое, организационное и содержательное обеспечение производства и использования рекламной продукции в политике. Информационный лоббизм и его роль в публичной сфере политики. Отличительные черты информационного лоббизма как специфического способа установления коммуникации. Виды, методы и принципы информационного лоббизма. Информационный терроризм, его особенности и способы противодействия.

Тема 12. Государственная информационная политика.

Понятие и сущность государственной информационной политики. Структура и функции государственной информационной политики. Отношения государства с медиаструктурами: исторические типы и современные виды в условиях различных политических режимов. Стратегии и технологии государственной информационной политики в современной России. Особенности государственной политики в области информационной безопасности. Моделирование государственной политики в области информационной безопасности. Правовые и административные технологии обеспечения информационной безопасности. Профессиональные требования к персоналу коммуникационного менеджмента. Модели личностно-деловых качеств коммуникационного менеджера. Психодиагностика. Культура управленческого общения. Особенности подготовки специалистов коммуникационного менеджмента для государственных органов и других политических и социально-экономических институтов.

Тема 13. Информационные кампании.

Понятие и сущность информационной кампании. Источники и компоненты информационной кампании. Моделирование информационной кампании. Основные этапы информационной кампании. Технологические параметры информационной кампании. Виды и критерии эффективности информационных кампаний. Информационные войны: сущность, виды и отличительные особенности. Субъекты информационных войн. Последствия информационных войн.

Тема 14. Интернет в политике.

Политический генезис Интернета. Виды и политическая роль интернет-технологий. Особенности применения интернет-технологий в современной России. Коммунитарный потенциал Интернета. Виды интернет-коммуникаций. Электронное правительство.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

При подготовке и проведении занятий по данной учебной дисциплине преподаватель должен руководствоваться как общими учебно-методическими установками (научность, системность, доступность, последовательность, преемственность, наличие единой внутренней логики дисциплины, его связь с другими предметами), так и специфическими особенностями дисциплины «Коммуникационный менеджмент» (ее теоретико-прикладная направленность, потребность в постоянном использовании нового текущего политического материала).

Для обеспечения эффективности и прикладной результативности усвоения учебных материалов используются в качестве самодостаточных деловые и ролевые игры, а также разбор конкретных ситуаций по информационно-коммуникационному сопровождению принятия и реализации политических решений, проведению политических переговоров, обеспечению партийных и иных политических кампаний, формированию персональных и институализированных имиджей. Для формирования лидерских качеств и качеств политического консультанта проводятся тренинги по использованию информационно-коммуникационных технологий в процессе принятия «конкретных» решений в «конкретной» политической ситуации (обозначенной преподавателем), «публичные» дискуссии по злободневным политическим проблемам. В ходе чтения лекций и проведения практических занятий используются визуальные демонстрационные материалы с помощью компьютерных технологий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 41.04.04 «Политология» реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках дисциплины «История политических учений» предусмотрены встречи с представителями органов государственной власти, муниципалитетов, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости аспирантам предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию аспирантов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах,

имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Главное предназначение практических занятий в процессе вузовской подготовки специалистов – углубленная самостоятельная работа студентов по важнейшим учебным проблемам какого-либо учебного курса. Практическое занятие – «вершина айсберга» серьезной подготовительной работы студентов.

В ходе подготовки к практическому занятию студенты должны научиться работать с литературой и источниками, понимать их специфику и особенности использования, научиться правильно и грамотно конспектировать их, применяя при этом различные способы записей (цитирование, изложение, тезисы). Важно при этом научиться выделять главные мысли и идеи авторов, не выдергивать их из контекста, не вкладывать в них собственный смысл.

Целесообразно приучить себя указывать в конспекте фамилию автора, название монографии или статьи, выходные данные, а также страницу, откуда выписана цитата или тезисы. Эти данные помогут при написании курсовых и дипломной работы (для оформления сносок).

На полях конспектов следует давать собственные подзаголовки для отдельных фрагментов содержания, соотносить их с вопросами практического занятия, ставить вопросы в непонятных местах, записывать свои размышления, оценки и критические замечания по поводу прочитанного, связывать материал отдельных статей и монографий друг с другом.

Кроме использования литературы, которую преподаватели указывают в планах практических занятий по каждой теме, студентам целесообразно овладеть методикой самостоятельного поиска необходимой литературы для подготовки рефератов, докладов, сообщений, выполнения практических заданий.

Самое главное в ходе подготовки к практическому занятию – это формирование, развитие и закрепление аналитических способностей студентов. Достигается данная цель за счет постепенной, но последовательной выработки каждым студентом:

- умения самостоятельно систематизировать, оценивать, обобщать материал, делать выводы;
- способностей выделять среди обширного материала главные, ключевые моменты;
- навыков соотносить изучаемый (зачастую разнородный) учебный и научный материал с конкретными вопросами практического занятия;
- умения находить и оценивать причинно-следственные связи между различными изучаемыми явлениями и процессами;
- умения студентов грамотно задавать вопросы друг другу по изучаемой проблеме, кратко, но емко отвечать на эти и дополнительные вопросы преподавателя;
- способностей дискутировать убедительно, аргументированно, логически непротиворечиво и последовательно отстаивать свою точку зрения.

При подготовке к практическим занятиям и в ходе самого их проведения по различным учебным курсам существует своя специфика, с которой студентов в начале семестра знакомят преподаватели.

Самыми распространенными формами практических занятий являются следующие.

«Семинар-беседа». Его особенность заключается в том, что он позволяет поучаствовать в работе достаточно большому количеству студентов. По каждому вопросу заслушиваются основные выступления и дополнения к ним. На выступление отводится не более 12–15 мин (в зависимости от сложности вопроса), на дополнения – 5–7 мин.

На таком семинаре студенты могут задавать друг другу вопросы. С их помощью происходит уточнение различных нюансов изучаемой проблемы, осуществляется анализ различных точек зрения, формулируются собственные позиции в толковании какого-либо аспекта.

Главное на таком семинаре – обеспечить систематизированное и цельное восприятие учебной проблемы из фрагментов выступлений и дополнений.

«*Докладная форма практического занятия*» – по каждому вопросу студенты заранее готовят развернутые письменные доклады (или рефераты) и за неделю до занятия отдают их для знакомства студентам-рецензентам и всей группе. В этом случае обеспечивается более глубокое и всестороннее раскрытие вопросов плана, появляется возможность для развернутой дискуссии. В то же время такая форма практического занятия используется реже.

«*Семинар-диспут*» требует тщательной предварительной организационной и учебной подготовки студентов, определения позиций pro et contra, осмысления всех аргументов, выделения и специальной подготовки ведущего из числа студентов. Такой семинар целесообразнее проводить по сложным теоретическим или злободневным социально-политическим проблемам. Для подготовки и проведения диспута студенты с помощью преподавателя учатся формировать малые группы и работать в таких группах.

«*Семинар-коллоквиум*» используется еще реже, чаще всего как одна из форм зачета по небольшому курсу, или по наиболее важной, интересной и актуальной теме. Для этого определяются 5–6 вопросов и заранее предлагается большое количество дополнительной литературы. Для проведения целесообразно использовать сдвоенное занятие, так как главный смысл коллоквиума – не только углубленное изучение литературы, но и максимальное вовлечение всех студентов в обсуждение каждого вопроса.

Существуют и другие формы практического занятия («семинары-экскурсии», «семинары-встречи»), но самой распространенной является комбинированный семинар, в ходе которого преподаватель использует самые различные варианты и формы работы студентов (общее обсуждение, заслушивание сообщений и рефератов, диспуты, встречи и т.д.).

В ходе своих выступлений, дополнений, сообщений студенты должны стремиться к системности, логичности, последовательности, стройности, ясности и завершенности своего изложения материала, избегать расплывчатости, фрагментарности, повторов материала, перескакивания с одного аспекта проблемы на другой. Каждое выступление и дополнение должны быть связаны друг с другом, должны вносить нечто новое в рассмотрение проблемы

Примерный перечень вопросов для самостоятельного изучения

1. Понятие, цели, функции коммуникаций в конкретной профессиональной сфере
2. Коммуникационная система в организации выбранного студентом вида
3. Коммуникационные барьеры в организации и способы их преодоления
4. Основные направления анализа коммуникационных процессов в современных организациях (собственно коммуникационный, технологический, организационный, социально-психологический и пр. аспекты)
5. Современные технические средства коммуникаций: итоги, тенденции и перспективы развития
6. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.
7. PR, паблисити, реклама: общее и особенное
8. PR : цели и функции
9. Информационный менеджмент и PR: механизм взаимодействия
10. PR как средство профилактики и преодоления конфликта
11. PR в практике современного российского предпринимательства
12. Методы и механизмы PR в практике массовых коммуникаций
13. Паблисити в практике современного российского предпринимательства
14. Методы организации паблисити в периодических изданиях

15. Методы организации публицити в электронных средствах массовой информации
16. Культура управленческого общения.
17. Моделирование информационной кампании.
18. Виды и критерии эффективности информационных кампаний.
19. Правовые и административные технологии обеспечения информационной безопасности.
20. Отличительные черты информационного лоббизма как специфического способа установления коммуникации
21. Виды и политическая роль интернет-технологий.
22. Особенности подготовки специалистов коммуникационного менеджмента для государственных органов и других политических и социально-экономических институтов.
23. Политико-правовые условия деятельности СМИ.
24. Способы преодоления информационных барьеров.
25. Основные принципы и направления развития международной информационно-коммуникационной системы.
26. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы.

Примерная тематика эссе, рефератов, курсовых работ.

1. Понятие, сущность и отличительные черты общественного мнения. Структура и функции общественного мнения.
2. Механизмы формирования общественного мнения.
3. Понятие маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в политике.
4. Сущность функции и отличительные черты политической пропаганды.
5. Субъекты и объекты политической пропаганды, ее виды и особенности.
6. Особенности пропагандистских информационных технологий.
7. Манипулятивные технологии в структуре пропаганды.
8. Идеология и пропаганда.
9. Сущность, функции и отличительные черты политической агитации.
10. Субъекты и объекты политической агитации. Особенности агитационных информационных технологий в политике.
11. Информационное содержание политического рынка.
12. Политический имиджмейкинг. Политический брендинг.
13. Политический пиар, его сущность и виды. Особенности пиар-технологий в политике.
14. Политическая реклама, ее сущность и функции.
15. Структура политической рекламы. Виды политической рекламы.
16. Процесс производства и использования рекламной продукции в политике.
17. Информационный лоббизм и его роль в публичной сфере политики.
18. Виды, методы и принципы информационного лоббизма.
19. Информационный терроризм, его особенности и способы противодействия.
20. Понятие и сущность государственной информационной политики.
21. Отношения государства с медиаструктурами: исторические типы и современные виды в условиях различных политических режимов.
22. Стратегии и технологии государственной информационной политики в современной России.
23. Особенности государственной политики в области информационной безопасности.
24. Понятие и сущность информационной кампании.
25. Основные этапы информационной кампании и ее технологическое обеспечение.
26. Информационные войны: сущность, виды и отличительные особенности.
27. Особенности применения интернет-технологий в политике в современной России.

28. Виды интернет-коммуникаций. Электронное правительство.
29. Профессиональные требования к персоналу коммуникационного менеджмента.
30. Особенности подготовки специалистов коммуникационного менеджмента для государственных органов и других политических и социально-экономических институтов.
31. Тексты СМИ в парадигме культуры.
32. Значение фоновых знаний в восприятии медиатекста.
33. Персуазивность (воздействие) публицистического текста.
34. Понятие информационной насыщенности медиатекста и информативности медиатекста.
35. Тональные (стилевые и стилистические) и литературные качества медиатекста.
36. Диалогичность как фундаментальное свойство медиатекста.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Коммуникационный менеджмент»:

1. Содержание коммуникационного менеджмента и его функции.
2. Проблемы коммуникации в истории социально-политической мысли.
3. Современные концепции коммуникации и массовой коммуникации.
4. Основные элементы коммуникационного процесса.
5. Вербальная коммуникация и ее особенности.
6. Устноречевая коммуникация и ее виды.
7. Письменноречевая коммуникация: свойства, виды и функции.
8. Невербальная коммуникация.
9. Организация пространства и времени коммуникативного процесса.
10. Межличностная коммуникация и ее особенности.
11. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии.
12. Чувства и эмоции в коммуникационном действии.
13. Коммуникация в малых группах, виды, особенности и функции.
14. Структура и динамика коммуникации в малой группе.
15. Массовая коммуникация, структура и функции.
16. Коммуникация как функция управления организацией.
17. Особенности внутренних коммуникаций в организациях и их виды.
18. Формы деловой коммуникации в организациях.
19. Публичная коммуникация, ее сущность, формы и особенности.
20. Выступления перед различными аудиториями и их особенности.
21. Деловое общение: стратегии и стили, их особенности.
22. Собрание, виды, сценарии проведения.
23. Этикетные речи, их виды и особенности.
24. Пресс-конференции: виды и особенности проведения.
25. Телевизионное интервью, телевизионные дебаты
26. Понятие политической коммуникации: сущность и функции.
27. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики.
28. Электоральная политическая коммуникация.
29. Особенности политической коммуникации в информационном обществе.
30. Понятие, сущность и типология информационно-коммуникационных полей.
31. Понятие дискурса и особенности его использования.
32. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей (доиндустриальное, индустриальное, постиндустриальное).
33. Понятие информационно-коммуникационных систем.
34. Информационно-коммуникационные системы в условиях различных политических режимов.
35. Особенности государственной информационно-коммуникационной системы.

36. Международная информационно-коммуникационная система в условиях глобализации.
37. Структура и виды СМИ. Политические функции СМИ.
38. Политико-правовые условия деятельности СМИ.
39. Понятие, сущность и отличительные черты общественного мнения. Структура и функции общественного мнения.
40. Механизмы формирования общественного мнения.
41. Понятие маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в политике.
42. Сущность функции и отличительные черты политической пропаганды.
43. Субъекты и объекты политической пропаганды, ее виды и особенности.
44. Особенности пропагандистских информационных технологий.
45. Манипулятивные технологии в структуре пропаганды.
46. Идеология и пропаганда.
47. Сущность, функции и отличительные черты политической агитации.
48. Субъекты и объекты политической агитации. Особенности агитационных информационных технологий в политике.
49. Информационное содержание политического рынка.
50. Политический имиджмейкинг. Политический брендинг.
51. Политический пиар, его сущность и виды. Особенности пиар-технологий в политике.
52. Политическая реклама, ее сущность и функции.
53. Структура политической рекламы. Виды политической рекламы.
54. Процесс производства и использования рекламной продукции в политике.
55. Информационный лоббизм и его роль в публичной сфере политики.
56. Виды, методы и принципы информационного лоббизма.
57. Информационный терроризм, его особенности и способы противодействия.
58. Понятие и сущность государственной информационной политики.
59. Отношения государства с медиаструктурами: исторические типы и современные виды в условиях различных политических режимов.
60. Стратегии и технологии государственной информационной политики в современной России.
61. Особенности государственной политики в области информационной безопасности.
62. Понятие и сущность информационной кампании.
63. Основные этапы информационной кампании и ее технологическое обеспечение.
64. Информационные войны: сущность, виды и отличительные особенности.
65. Особенности применения интернет-технологий в политике в современной России.
66. Виды интернет-коммуникаций. Электронное правительство.
67. Профессиональные требования к персоналу коммуникационного менеджмента.
68. Особенности подготовки специалистов коммуникационного менеджмента для государственных органов и других политических и социально-экономических институтов.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого

3	10	0	30	30	0	0	30	100
Итого	10	0	30	30	0	0	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента

Третий семестр

Лекции – от 0 до 10 баллов

Посещаемость: от 0 до 5 баллов. (от 0% до 20% посещенных лекций – 0 баллов, от 21 до 40% посещенных лекций – 1 балл, от 41 до 60% посещенных лекций – 2 балла; от 61 до 80% посещенных лекций – 3 балла; от 81 до 90% посещенных лекций – 4 балла; от 91 до 100% посещенных лекций – 5 баллов)

Активность, участие в блиц-опросах по ранее пройденному материалу: от 0 до 5 баллов. (от 0% до 20% правильных ответов – 0 баллов, от 21 до 40% правильных ответов – 1 балл, от 41 до 60% правильных ответов – 2 балла; от 61 до 80% правильных ответов – 3 балла; от 81 до 90% правильных ответов – 4 балла; от 91 до 100% правильных ответов – 5 баллов)

Лабораторные занятия – не предусмотрены

Практические занятия – от 0 до 30 баллов

Посещаемость: от 0 до 10 баллов (от 0% до 20% посещенных лекций – 0 баллов, от 21 до 40% посещенных лекций – 2 балла, от 41 до 60% посещенных лекций – 4 балла; от 61 до 80% посещенных лекций – 6 баллов; от 81 до 90% посещенных лекций – 8 балла; от 91 до 100% посещенных лекций – 10 баллов).

Активность работы в ходе выполнения контрольных заданий в аудитории: от 0 до 5 баллов (по 1 баллу за каждые 3 практических занятия, в ходе которых студент проявил позитивную активность в ходе выполнения контрольных заданий в аудитории).

Правильность выполнения контрольных заданий в аудитории: от 0 до 15 баллов (по 1 баллу за каждое практическое занятие, в ходе которого было выполнено правильно задание).

Самостоятельная работа – от 0 до 30 баллов

Актуальность выбранной темы для самостоятельной работы – 0-3 балла;
Выдвижение гипотезы, формулирование проблемы, объекта и предмета исследования – 0-2 баллов;

Операционализация ключевых понятий – 0-3 баллов;

Подбор основных источников – 0-3 баллов;

Качество работы с источниками – 0-5 баллов;

Уровень владения методами исследований – 0-7 баллов;

Верифицируемость полученных выводов – 0-7 баллов.

Автоматизированное тестирование – не предусмотрено

Другие виды учебной деятельности – не предусмотрены

Промежуточная аттестация - от 0 до 30 баллов

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета по предусмотренным программой вопросам при проведении зачета

ответ на «зачтено» оценивается от 21 до 30 баллов;
ответ на «не зачтено» оценивается от 0 до 20 баллов.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 3 семестр по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» составляет **100 баллов**.

Таблица 2.1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Коммуникационный менеджмент» в оценку (зачет):

70 – 100 баллов	«зачтено»
0 – 69 баллов	«не зачтено»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) «Коммуникационный менеджмент»

а) литература:

Казаков А.А. Политическая теория и практика медийной грамотности. Саратов: Издательство Саратовского университета, 2019. 172 с.

Марусева И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / Марусева И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39000>.— ЭБС «IPRbooks».

Мухаев Р.Т. Политология в 2-х томах. Изд. 5-е пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата. М. Изд-во Юрайт, 2014. ЭБС «Юрайт».

Смаржевский И.А. Коммуникационный аспект принятия управленческих решений в проектном менеджменте [Электронный ресурс]: монография/ Смаржевский И.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2012.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22183>.— ЭБС «IPRbooks».

Казаков А. Взаимодействие информационной и политической «повесток дня»: к постановке проблемы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Выпуск 3. 2011. Том 11. С. 70-73.

Казаков А., Савинов А., Шестов Б. Функциональная теория анализа текстов массовой медиа В. Бенюта: возможности и ограничения (на примере статей «Российской газеты» о президентских выборах 2012 г.) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2014. № 3. С. 80-86.

Казаков А.А. Эффекты воздействия на политическое сознание аудитории (на примере освещения «Акта Магнитского» газетами «Вашингтон Пост», «Лос-Анджелес Таймс» и «Нью-Йорк Таймс») // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». Выпуск 2. 2013. Том 13. С. 54-59.

Шарков Ф.И. Коммуникология. Коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 407 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4473>.— ЭБС «IPRbooks».

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»:
<http://ecsocman.edu.ru>

Портал Российского гуманитарного университета: <http://www.iu.ru/biblio/default.aspx>

Библиотека Гумер–Политология:
http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php

Портал журнала «Полис»: <http://www.politstudies.ru/>

Портал журнала «Pro et contra»: <http://carnegie.ru/proetcontra/>

Портал журнала «Социс»: <http://www.ecsocman.edu.ru/socis/>

Портал журнала «Общественные науки и современность»:
<http://www.ecsocman.edu.ru/ons/>

Портал журнала «Политический журнал»: <http://www.politjournal.ru/>

Ваддингтон К. Социальная ответственность бизнеса - превалирующая ценность // <http://www.amulet-group.ru/>;

Гусев Ю.П. Корпоративная этика и социальная ответственность для российских компаний: бремя или выгода // <http://www.rid.ru/>;

Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте. Учеб. Пособие // http://window.edu.ru/window_catalog/files/r26859/vsu009.pdf

Рева В.Е. Деловое общение. Учеб. Пособие // http://window.edu.ru/window_catalog/files/r36900/stup126.pdf

Щелкунова Е.С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации. Учеб. Пособие // http://window.edu.ru/window_catalog/files/r26863/vsu013.pdf

Лицензионное программное обеспечение

Microsoft Windows 10, Icescream Apps Icescream PDF Editor Pro

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

- наличие компьютерного класса;
- наличие доступного для студентов выхода в интернет;
- наличие специально оборудованных кабинетов и аудиторий для мультимедийных презентаций.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 41.04.04 «Политология», профилю «Государственная политика и управление».

Автор:

к. пол. н., доцент

_____ А.А. Казаков

Программа одобрена на заседании кафедры политических наук от «20» мая 2021 года, протокол № 14.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Казаков А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов / А.А. Казаков. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 126 с.: табл., граф. – Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9922-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856>

Руженцева Н.Б. Методология и методики анализа массмедийного политического текста. Екатеринбург, 2018.
(https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36727095_25651070.pdf)

Бушев А.Б. Исследования современного русского медийного дискурса / Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы. Материалы Международной научно-практической конференции (26-27 апреля 2013 г.). – М., Издательство АПК и ППРО, 2013. С. 10-17. ISBN 978-5-8429-1209-4.