Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра общих правовых дисциплин и политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.12 Коммуникации в публичной политике»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
41.03.06 Публичная политика и социальные науки
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы
Программа академического бакалавриата

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2019

1451945

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра общих правовых дисциплин и политологии
наименование кафедры

протокол № 6 от "05" февраля 2019г.

Заведующий кафедрой
Кафедра общих правовых дисциплин и политологии _____ И.Б. Гоптарева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент _____ И.А. Терентьева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
41.03.06 Публичная политика и социальные науки
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
_____ Н.Н. Грицай
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ О.П. Тарасова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Терентьева И.А., 2019
© ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: освоение теоретико-методологических основ коммуникационных процессов в политике; понимание роли общественного мнения в коммуникационных процессах; сущности массовых политических коммуникаций, моделей коммуникаций в публичной политике.

Задачи:

- изучение коммуникационных процессов в публичной, природу и возможности манипуляционных технологий в процессе коммуникаций, технологии интернет - коммуникации в публичной политике, коммуникативные технологии социального партнерства; изучение современных технологий коммуникационных процессов в публичной политике, методик оценки эффективности политических коммуникаций;
- формирование мотивации по выполнению профессиональной деятельности, стремлением к повышению своей квалификации; развитие способности рационально организовать и планировать свою деятельность, применять полученные знания для формирования собственной жизненной стратегии;
- формирование навыков анализа коммуникационных процессов в политике и применения технологий в профессиональной сфере; навыков осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способности грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.9 Социокультурная коммуникация, Б.1.Б.21 Публичное право, Б.1.Б.26 Информатика*

Постреквизиты дисциплины: *Б.2.В.П.3 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: принципы и нормы взаимоотношений в коллективе; **Уметь:** конструктивно выстраивать отношения в коллективе. **Владеть:** навыками конструктивного выстраивания отношений в коллективе.	ОК-4 готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
Знать: теоретико-методологические основы эффективной коммуникации в публичной политике; **Уметь:** грамотно излагать мысли в устной и письменной речи, осуществления эффективной коммуникации в сфере публичной политики. **Владеть:** навыком осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи	ОПК-3 владением навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи
Знать: теоретико-методологические основы коммуникационных процессов в политике; роль общественного мнения в коммуникационных процессах; сущность массовых политических коммуникаций, модели коммуникаций в публичной политике;	ОПК-5 способностью к высокой мотивации по выполнению профессиональной

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Уметь: поддерживать высокую мотивацию по выполнению профессиональной деятельности. **Владеть:** устойчивым стремлением к повышению своей квалификации.	деятельности, стремлением к повышению своей квалификации
Знать: принципы и методы рациональной организации и планирования деятельности в профессиональной сфере. **Уметь:** рационально организовать и планировать свою деятельность, **Владеть:** навыком применения полученных знаний для формирования собственной жизненной стратегии	ОПК-7 способностью рационально организовать и планировать свою деятельность,
Знать: основы эффективной коммуникации, механизмы и технологии коммуникационных процессов в публичной политике. **Уметь:** применять технологии конструктивного взаимодействия в публичных мероприятиях. **Владеть:** навыком публичных выступлений.	ПК-15 способностью к участию в интерактивных и публичных мероприятиях
Знать: основные сведения о программах для обработки текстов; возможности текстового процессора Word; возможности табличного процессора Excel; технологию редактирования и форматирования электронной таблицы; графическое представление данных. **Уметь:** оформлять результаты поиска и анализа информации, проведенных научных и прикладных исследований в различных жанрах (включая обзоры, аналитические записки, отчеты, публикации по социально-политической тематике и т.д.), в зависимости от целевой аудитории. **Владеть:** навыками подготовки и редактирования научных публикаций, подготавливать текстовые и аудидовизуальные информационные материалы интерактивных и публичных выступлений.	ПК-17 способностью к подготовке текстовых и аудиовизуальных информационных материалов

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов		
	8 семестр	9 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**72**	**180**
Контактная работа:	**8,5**	**5,5**	**14**
Лекции (Л)	4	2	6
Практические занятия (ПЗ)	4	2	6
Индивидуальная работа и инновационные формы учебных занятий		1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5	1
Самостоятельная работа: *- выполнение курсовой работы (КР);* *- выполнение контрольной работы (КонтрР);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий).*	**99,5** +	**66,5** +	**166**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	**диф. зач.**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Коммуникационные процессы в публичной политик.	17	2	0	0	15
2	Общественное мнение и коммуникационные процессы	17	2	0	0	15
3	Массовые политические коммуникации	17	0	2	0	15
4	Модели коммуникации в публичной политике	17	0	2	0	15
5	Манипулятивные технологии в процессе коммуникации	15	0	0	0	15
6	Средства массовой информации в системе коммуникации	15	0	0	0	15
7	Интернет и социальные сети в публичной политике	10	0	0	0	10
	Итого:	108	4	4	0	100

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
8	Коммуникативные технологии социального партнерства в публичной политике	19	2	0	0	17
9	Кросс-культурные коммуникации в публичной политике	17	0	0	0	17
10	Имидж, репутация и брендинг в публичной политике	17	0	2	0	17
11	Оценка эффективности политических коммуникаций	17	0	0	0	17
	Итого:	72	2	2	0	68
	Всего:	180	6	6	0	168

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Коммуникационные процессы в публичной политике

Коммуникации в публичной политике: методологические основы дисциплины. Предмет, метод, категории. Цели и задачи учебной дисциплины. Структура и основное содержание разделов дисциплины. Место учебной дисциплины в образовательной программе. Место дисциплины в системе политологических знаний. Сущность и особенности феномена политической коммуникации. Особенности коммуникативных процессов в публичной политике. Политическая сфера как информационно-коммуникативная сфера. Социо-технологическая структура политики. Ориентация политических институтов на целенаправленную передачу, обмен и защиту информации. Политическая коммуникация как вид профессионально-ориентированной коммуникации. Теоретические трактовки информационно-коммуникативных процессов (К. Дойч, Ю. Хабермас, Д. Мичн, Р. Джонсон и др.) Обратная связь в политической коммуникации. Стратегические политико-коммуникационные кампании. Структура политической коммуникации. Коммуникатор и коммуникант. Коммуникативная роль. Коммуникативный статус. Индивидуальный и коллективный субъект. Аудитория, её виды и психологические особенности. Сегментация аудитории.

Раздел 2 Общественное мнение в коммуникационных процессах

Общественное мнение как важнейший партнер государства, СМИ, политических субъектов,

заинтересованных в расширении политической поддержки. Отличительные черты, структура и функции общественного мнения. Общественное мнение как устойчивый политический механизм презентации социальных интересов. Факты и явления социальной жизни как объекты общественного мнения. Предрассудки, стереотипы, заблуждения в общественном мнении: их роль в публичной политике. Механизмы формирования общественного мнения. Эмоциональные, стихийные и рационально-сознательные способы формирования общественного мнения. Технологии манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмент политического управления.

Раздел 3 Массовые политические коммуникации

Сущность и особенности массовых политических коммуникаций. Массовые информационно-коммуникативные процессы как уровень организации информационных отношений. Политические агенты по взаимодействию с общественным мнением: официальные институты государства (представленные их лидерами и руководителями, а также информационными отделами по связям с общественностью); государственные (национальные) средства массовой информации (СМИ); независимые и оппозиционные СМИ; корпоративные структуры (органы партий, общественных объединений, профессиональные политические рекламные агентства и др.); зарубежные СМИ.

Агитация и пропаганда как способы информационного контроля за людьми, придания их политическим действиям строгой социальной направленности.

Медиатизация и виртуализация современного пространства политических коммуникаций: особенности и тенденции.

Раздел 4 Модели коммуникации в публичной политике

Коммуникативная природа социальных процессов. Особенности массового информационного общества. Социальный, человеческий капиталы и publicity. Публичная коммуникация и доверие. Контактные группы и коммуникативные ожидания в публичной политике. Социальное позиционирование: имидж и репутация на личностном, проектном, корпоративном и региональном уровнях. Основные векторы политической коммуникации. Политическая и социальная реклама. Стратегические коммуникации в политике. Коммуникации и «мягкая сила».

Раздел 5 Манипулятивные технологии в процессе коммуникации

Природа, возможности и пределы манипуляции. Слухи: возможности и способы противодействия. Информационные войны: кибервойны и конфликты интерпретаций. Основные концепции информационных войн. Государственная политика России в области проведения информационных операций. Информационная безопасность в современной политике. Современная доктрина информационной безопасности РФ.

Раздел 6 Средства массовой информации в системе коммуникации

Средства массовой информации как инструмент реализации политических стратегий на информационном рынке. Виды СМИ и их значение для политического маркетинга и коммуникаций. Правительственные, оппозиционные и независимые СМИ. Структура средств массовой информации и проблемы их функционирования. Критерии отбора медиа. Организация работы со СМИ. Традиционные и новые медиа. Работа с медиа в критической и чрезвычайной ситуации. Специальные события в публичной сфере. Роль и виды специальных событий. Манипуляция публичным пространством. Новые коммуникативные площадки в современном городе. Искусство и социальный протест.

Раздел 7 Интернет и социальные сети в публичной политике

Постиндустриальное информационное общество как проектно-сетевой социум. Публичная коммуникация в современном проектно-сетевом социуме. Феномен «нетократиии». Проблема сетевой ренты. Online и offline в публичной политике. Технологии интернет-коммуникации в системе современного политического управления. Виртуальный «блог» как инновационная форма политического дискурса в интернет-сообществе. Феномен информационных войн в сети «Интернет» и его воздействие на политические процессы в интернет-сообществе. Хактивизм и его политические коннотации в интернет-сообществе. Политические интернет - коммуникации, осуществляемые путем несанкционированных электронных рассылок («спама»).

Раздел 8 Коммуникативные технологии социального партнерства в публичной политике

Государственно-частное партнерство в бизнесе и политике. PR и GR. Теория GR: основные понятия и концепции. Субъекты и объекты GR. Методология исследования GR. Технологические субъекты GR. Этика GR. Кодекс профессионального поведения. Технологии GR. Корпоративная

социальная ответственность. Неэтичные GR-технологии. Стратегии и модели использования СМИ в GR. Межсекторальное партнерство в решении проблем современного общества. Публичная политика и благотворительность. Корпоративная и системная благотворительность. Коммуникативные технологии фандрейзинга.

Раздел 9 Кросс-культурные коммуникации в публичной политике

Культура политической коммуникации. Невербальные коммуникации. Кросс-культурные публичные коммуникации (модель Р. Льюиса). Формы и организация публичного пространства публичной коммуникации. Межкультурное общение как постижение «своего» и «чужого». Диалог как основа межкультурной коммуникации в публичной политике. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации. Запад-Восток: цивилизационный синтез и культурный плюрализм.

Раздел 10 Имидж, репутация и брендинг в публичной политике

Имидж: факторы формирования и условия реализации. Соотношение имиджа и репутации. Методы репутационного менеджмента. Гудвилл и его измерение. Бренд как имиджево-репутационное содержание политических феноменов. Брендинг как мифодизайн постиндустриального общества массового потребления. Брендинг и символизация в публичной сфере. Виды брендов и их взаимодействие и поддержка в публичной политике.

Раздел 11 Оценка эффективности политических коммуникаций

Методы анализа публичной коммуникации. Виды и уровни эффективности коммуникации в публичной сфере. Методы оценки коммуникативной эффективности. Методика Института IPRA. Методика В.Н. Якимца. Методика ЭСИСП.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	3	Массовые политические коммуникации	
2	4	Модели коммуникации в публичной политике	
3	10	Имидж, репутация и брендинг в публичной политике	
		Итого:	6

4.4 Курсовая работа (9 семестр)

1. Общероссийские средства массовой информации как институт публичной политики.
2. Политические сети в публичной политике.
3. Политические коммуникации в федеральных органах исполнительной власти.
4. Интернет как форма политической коммуникации.
5. Политическая коммуникация в современной России.
6. Средства массовой коммуникации и трансформационные тенденции развития человечества.
7. Коммуникативные структуры как способ обеспечения устойчивости социального организма.
8. Роль коммуникаций в формировании целей развития социума.
9. Способы передачи информации в публичной политике.
10. Современные теоретические трактовки информационно-коммуникативных процессов.
11. Массовые информационно-коммуникативные процессы как уровень организации информационных отношений.
12. Политические агенты по взаимодействию с общественным мнением.
13. Агитация и пропаганда как способы информационного контроля за людьми, придания их политическим действиям строгой социальной направленности.
14. Сущность и особенности массовых политических коммуникаций
15. Медиатизация и виртуализация современного пространства политических коммуникаций: особенности и тенденции.
16. Бренд как имиджево-репутационное содержание политических феноменов.
17. Политический скандал как феномен публичной политики.
18. Соотношение имиджа и репутации в публичной политике.

19. Гражданские коммуникации и публичная политика.
20. Виды брендов и их взаимодействие и поддержка в публичной политике.
21. Публичная политика в коммуникативном пространстве современной России.
22. Роль и значение средств массовой коммуникации в современных политических процессах.
23. Политическая коммуникация и военная безопасность России.
24. Основные проблемы формирования системы политической коммуникации в федеральных органах исполнительной власти.
25. Социальные сети в российской публичной политике.

4.5 Контрольная работа (8 семестр)

1. Политические сети в публичной политике.
2. Политические коммуникации и публичная политика.
3. Взаимодействие политических акторов в системе политических коммуникаций.
4. Имидж и репутация в публичной политике.
5. Коммуникативные технологии социального партнерства в публичной политике
6. Общественное мнение и коммуникационные процессы
7. Массовые политические коммуникации.
8. Модели коммуникации в публичной политике.
9. Манипулятивные технологии в процессе коммуникации.
10. Средства массовой информации в системе коммуникации.
11. Интернет и социальные сети в публичной политике.
12. Кросс-культурные коммуникации в публичной политике.
13. Акторы публичной политики в цикле принятия властных решений
14. Эпистемологические сообщества и гражданская эпистемология в публичной политике.
15. «Концепция «Пограничных структур» в публичной политике.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Гаврилова, М.В. Политическая коммуникация XX века. [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.В. Гаврилова. – СПб: Издательство Невского института языка и культуры, 2008. – 92 с. – ISBN 978-5-91583-004-1. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=137744 – ЭБС «Университетская библиотека online».

Соловьев, А.И. Политология. Политическая теория. Политические технологии [Текст]: учеб. для вузов / А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 576 с. – ISBN 978-5-7567-0522-5.

5.2 Дополнительная литература

Сети в публичной политике: политическая наука [Текст]: ежегодник, 2014 / Рос. ассоц. полит. науки; [гл. ред. А. И. Соловьев]. – М.: РОССПЭН, 2014. – 373 с. – Библиогр. в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-8243-1878-4.

5.3 Периодические издания

PR в России/ Пиар в России: журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг.
PUBLISH/ Паблиш = Паблиш: журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг.
Мировая экономика и международные отношения: журнал. – М.: АРСМИ, 2014-2019гг.
Общественные науки и современность: журнал. – М.: АРСМИ, 2014-2019гг.
Полис (Политические исследования): журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг.
Право и политика: журнал. – М.: Агентство "Роспечать, 2014-2019гг."

Связи с общественностью в государственных структурах: журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг.

Социологические исследования: журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг..

Социологический журнал: журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг..

Социальная политика и социальное партнерство: журнал. – М.: Агентство "Роспечать", 2014-2019гг.

Теории и проблемы политических исследований: журнал. – М.: Агентство "Пресса России, 2014-2019гг.

5.4 Интернет-ресурсы

https://www.coursera.org/ - Платформа онлайн - обучения «Coursera». Образовательный курс «Сравнительная политика» НИУ ВШЭ.

https://www.coursera.org/ - Открытое образование - Публичная политика и права человека. Курс лекций НИУ ВШЭ.

https://openedu.ru/ - Открытое образование – Введение в современную политическую науку. Образовательный курс НИУ ВШЭ

https://universarium.org/ - «Универсариум»;

https://www.edx.org/ - «EdX»;

https://www.lektorium.tv/ - «Лекториум»;

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Операционная система Microsoft Windows

Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)

ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2019]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

Консультант Плюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2019]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования – АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа – http://aist.osu.ru

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.