

**Аннотация к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.4.2. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ И СМИ**

**1. Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Политические технологии и СМИ» является: приобретение студентами теоретических знаний в сфере политических технологий и практических навыков их реализации в СМИ.

**2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)**

Дисциплина (код) Б1.В.ДВ.4.2 «Политические технологии и СМИ» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 Дисциплин и читается в 1 семестре 2 курса.

Для освоения дисциплины «Политические технологии и СМИ» магистранты используют знания, умения, навыки, сформированные на предыдущем уровне образования в магистратуре. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения практики в СМИ, подготовки к итоговой государственной аттестации.

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);
- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Знать: теоретические основы политических технологий в СМИ; иметь представление о сущности власти и политической жизни, политических отношениях и процессах, о субъектах политики, политических процессах в России;
- Уметь: выделять теоретические и прикладные, аксиологические и инструментальные компоненты политического знания, знать их роль и функции в подготовке и обосновании политических решений, в обеспечении личностного вклада в общественно-политическую жизнь;

- Владеть: навыками разработки и применения политических технологий в профессиональной деятельности.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Место и роль СМИ в политической системе общества.	<p>Понятия «политика», «политическая сфера», «политические отношения», «политическая идеология», «политические организации», «политическая деятельность». Политический процесс и политическая система. Сущность, содержание и структура политического процесса. Политическая система: характеристика, функции, компоненты. Особенности политического процесса в современной России. СМИ как инструмент политики и «четвертая власть». Информационно- идеологические функции СМИ. Формы, методы и принципы участия СМИ в политической деятельности. Типология СМИ по политическим признакам. Политические коммуникации: сущность и функции. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики. Теории политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникационных процессов. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики: сущность и типология. Исторические формы информационно-коммуникационных пространств и полей. Информационно-коммуникационные системы.</p>
2.	Политический маркетинг в СМИ.	<p>Маркетинговые способы организации политического дискурса. Политические партии. Политические программы. Политический рынок в России: концепции, специфика, динамика развития. Конкурентная борьба в политике.</p>

		<p>Предвыборная политическая борьба. Политический маркетинг: концепции и технологии. Политический «терроризм»: радикальные формы политического маркетинга. Методы политического маркетинга: анализ СМИ, анализ имиджа, анализ аудитории. Реклама и PR в СМИ как маркетинговые коммуникации. Медиаисследования. Содержание и признаки массовых информационных процессов. Закономерные тенденции формирования и функционирования массово-информационных процессов. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникационной системы. Сущность и функции политического дискурса. Особенности информационной пропаганды и агитации. Политические функции СМИ. СМИ и общественное мнение. Политическая журналистика. Политическая информация.</p>
3.	<p>Политическая реклама и информационный лоббизм в СМИ.</p>	<p>Рекламная деятельность в СМИ. Политическая реклама. Процесс производства рекламной продукции в политике: формы, методы, средства. Виды политической рекламы. Копирайтинг. «Черная» реклама в СМИ. «Джинса» или «скрытая» реклама в СМИ. Информационный лоббизм в СМИ. Понятие и содержание информационной кампании. Структура и механизм информационной кампании. Модели политической избирательной кампании: ретроспективная, актуальная, потенциальная. Их специфика и отличительные черты технологий.</p>
4.	<p>Политический консалтинг в СМИ.</p>	<p>Политический консалтинг в СМИ.</p>
5.	<p>Политический PR в СМИ.</p>	<p>PR-технологии в политике. Место политического консалтинга и PR в системе связей с общественностью. Национальные модели политического консалтинга и PR. PR и имиджмейкинг. Психология PR и психологические аспекты имиджа политика. Основные технологические аспекты политического PR. PR.–структуры как</p>

		<p>компонент организации политического консалтинга. Спич-райтер. Медиа-рейтинг: понятие. Содержание и механизм функционирования. PR: методы работы со СМИ. Цели, задачи и составляющие работы со СМИ. Систематизация, архивирование и анализ информации. Манипулирование общественным сознанием и общественным мнением. Дезинформация. Противодействие «черному» PR и «джинсе». Пресс-служба (пресс-центр). Пресс-секретарь. Пресс-конференция. Брифинг. Презентация. Медиа-карта. Методы проведения политической рекламной и PR-кампании в СМИ. Медиапланирование.</p>
6.	Технологии политического консалтинга в СМИ	<p>Позиционирование в политическом консалтинге. Выделение из множества. Отстройка от конкурентов. Информационный повод. Информационный «голод». Формирование «повестки дня». «Грязная политика». «Раскрутка» темы. «Удушение» темы. Компромат и «информационные войны». Слухи и домыслы. Умышленная путаница. «Бытовое хамство». «Черный юмор». «Серый, желтый, красный PR». Политический генезис Интернета. Политическая роль Интернет-технологий. Политический сайт. Политический блог. Электронное правительство. Информационное обеспечение государственной политики. Современные технические и технологические средства обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере. Возникновение и развитие Интернет-технологий. Коммуникационный потенциал Интернета в сфере политических отношений. Политический консалтинг: историческая ретроспектива. Политическая культура и политический консалтинг. Культурологические аспекты политики. Политическое консультирование. Политическое управление, политический консалтинг и стиль лидерства в политике.</p>

		Политический имиджмейкинг. Цели и задачи имиджмейкера. Формы, методы и средства деятельности имиджмейкера в политике. Имидж политического лидера и СМИ.
--	--	---