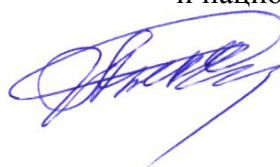


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета русской филологии
и национальной культуры



К.В. Алексеев
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ И СМИ»

Уровень основной профессиональной образовательной программы:

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика

Направленность подготовки: Общественно-политическая журналистика

Форма обучения: заочная

Срок освоения ОПОП: нормативный (2,5 года)

Факультет русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. Цели освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Избирательная кампания и СМИ» является формирование профессиональных компетенций, позволяющих будущему журналисту квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять деонтологическое взаимодействие с социумом.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП.

2.1 Дисциплина «Избирательная кампания и СМИ» реализуется в рамках Блока 1 (Б1.В.ОД.4)

2.2 Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины

1. бакалавриата:

«Основы рекламы и PR в СМИ»;

«Организация и работа пресс-службы»/ «Организация и проведение коммуникационных кампаний».

2. магистратуры:

«Связи с общественностью в политической сфере»/ «»Политический PR».

2.3 Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимо знать, уметь и владеть учебным материалом, формируемым данной учебной дисциплиной: Итоговая государственная аттестация.

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (общепрофессиональных- ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1	2	3	4	5	6
1	ОПК-3	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	Понятие, классификация, этапы избирательной кампании в России и роль СМИ в рамках каждого этапа, историю избирательных кампаний в России и за рубежом, Медиааспекты правового регулирования выборов, имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ, структурно-содержательные особенности освещения деятельности избирательной кампании в день голосования, коммуникативные модели избирательных кампаний	выявлять роль информационных агентств и современных новостных ресурсов в выборном процессе, определять негативные избирательные технологии в медиа, в том числе характеризовать применение административного ресурса в СМИ в процессе выборов, выявлять стратегическую роль СМИ в освещении избирательной кампании.	навыками целостного анализа интернет-ресурсов, задействованных в избирательной кампании: социальных медиа, сайтов субъектов выборов, новостных агентств и агрегаторов, навыками изучения целевой аудитории, ее характерных черт как электората,
2	ПК-6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое основание для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения медиаметрическими показателями.	порядок и формы освещения выборов в СМИ России, особенности выступлений и дебатов, модульные технологии выборов (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и т.д.),	Характеризовать особенности организации агитационной кампании в традиционных медиа (радио, прессе, телевидении) и новых медиа, дифференцировать понятие агитации, пропаганды и рекламы в избирательных кампаниях, характеризовать субъект выборов	технологиями проведения медиаисследований методами проведения социологического исследования, навыками создания и размещения некоторых видов агитационных материалов в избирательной кампании, навыками создания материалов в разных журналистских жанрах, посвященных избирательным кампаниям.

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
«Избирательная кампания и СМИ»					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие:					
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК-3	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);	<p>Знать понятие, классификацию, этапы избирательной кампании в России и роль СМИ в рамках каждого этапа, историю избирательных кампаний в России и за рубежом, медиааспекты правового регулирования выборов, имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ, структурно-содержательные особенности освещения деятельности избирательной кампании в день голосования, коммуникативные модели избирательных кампаний</p> <p>Уметь выявлять роль информационных агентств и новостных агрегаторов в выборном процессе, определять негативные избирательные технологии в медиа, в том числе характеризовать применение административного ресурса в СМИ в процессе выборов, выявлять роль СМИ в освещении избирательной кампании.</p> <p>Владеть навыками целостного анализа интернет-ресурсов, задействованных в избирательной кампании: социальных медиа, сайтов субъектов выборов, новостных агентств и агрегаторов, навыками изучения целевой аудитории, ее характерных черт как электората,</p>	<p>собеседование по разделам дисциплины, доклад-презентация, семинар-дискуссия</p>	<p>опрос творческое задание, научно-исследовательская статья или доклад, экзамен</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ Знать сроки, особенности и специфику политического субъекта избирательных кампаний в России новейшего времени, выявлять роль СМИ в освещении избирательной кампании, характеризовать функции СМИ в рамках избирательных кампаний.</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Осуществлять сравнительный анализ роли разных СМИ в разных избирательных кампаниях в России новейшего времени. определять негативные избирательные технологии в медиа, в том числе характеризовать применение административного ресурса в СМИ в процессе выборов. Указать изменения, которые происходят в области функций СМИ в рамках избирательных кампаний</p>
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				

С					
ПК-6	<p>готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое основание для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения медиаметрическими показателями</p>	<p>Знать порядок и формы освещения выборов в СМИ России, особенности выступлений и дебатов, модульные технологии выборов (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и т.д.), Уметь характеризовать особенности организации агитационной кампании в традиционных медиа (радио, прессе, телевидении) и новых медиа, дифференцировать понятие агитации, пропаганды и рекламы в избирательных кампаниях, характеризовать субъект выборов Владеть технологиями проведения медиаисследований, навыками создания некоторых видов агитационных материалов в избирательной кампании, навыками создания материалов в разных журналистских жанрах, посвященных избирательным кампаниям.</p>	<p>собеседование по разделам дисциплины, доклад-презентация, семинар-дискуссия</p>	<p>опрос творческое задание, научно-исследовательская статья или доклад, экзамен</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ Характеризовать порядок и формы освещения выборов в СМИ России Проводить контент-анализ материалов СМИ, посвященных избирательным кампаниям, Создавать имиджевые статьи политического субъекта</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ Давать сравнительную характеристику избирательных кампаний в России и за рубежом и оформлять результаты работы в форме научного исследования; Осуществлять все виды исследований материалов СМИ, посвященных избирательным кампаниям Создавать комплекс агитационных материалов</p>

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы 1	Всего часов 2	Семестр № 3 (часов) 3
Контактная работа обучающихся с преподавателем по всем видам деятельности (всего)	20	20
В том числе:		
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (СЗ)	12	12
Самостоятельная работа студента (всего)	115	115
В том числе:		
СРС в семестре:		
Подготовка к семинарам-дискуссиям	20	20
Подготовка к собеседованию по разделам	20	20
Подготовка к докладам-презентациям	20	20
Написание научно-исследовательских работ	20	20
СРС в период сессии:		
Подготовка к экзамену	35	35
Контрольные работы	9	9
Вид промежуточной аттестации - экзамен		
ИТОГО: Общая трудоемкость	144 часа	144 часа
	4 зач.ед	4 зач.ед

2. Содержание учебной дисциплины

2.1 Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
3	1	Правовые, организационно-управленческие и коммуникативные особенности избирательных кампаний	Избирательная кампания: понятие, классификация, этапы и компоненты. Роль СМИ на каждом этапе. История избирательных кампаний в России в новейшее время. По формы освещения выборов в СМИ России. Медиааспекты правового регулирования в РФ в настоящее время: выборы Президента РФ, депутатов Государственной Думы, депутатов в Рязанскую Областную Думу, глав субъектов РФ и муниципального образования в представительный орган местного самоуправления. Особенности освещения деятельности избирательного штаба в день голосования: коммуникационный аспект. Характеристика субъекта выборов. Освещение деятельности избирательных комиссий в России. Влияние СМИ на политическую культуру избирателей. Медиаархив, медиапланирование в избирательной кампании. Система построения имиджа политического субъекта в СМИ. Роли и функции СМИ в избирательном процессе. Новые избирательные технологии в СМИ. Роль и практика применения административного права в СМИ в процессе выборов. Манипуляции процессом освещения предвыборных кампаний в СМИ и способы эффективного контроля. Структура выборного штаба избирательной кампании: коммуникационный аспект.
8	2	Стратегия, формы и методы работы медиа	Методы и технологии исследования электората и прогнозирования поведения электората в СМИ. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ. Технологии формирования и трансляции имиджа политической партии в СМИ. Понятие агитации, пропаганды и рекламы в избирательных кампаниях и специфика их взаимодействия.

		в избирательных кампаниях	применения в избирательных технологиях. Система и виды агитационного материала. Особенности организации избирательной кампании в традиционных СМИ: на телевидении, радио, в прессе. Выступление и дебаты. Жанровое многообразие материалов: интервью, статья, история успеха, биография, обзорная статья, агитационный ролик. Использование новых медиа в избирательных технологиях. Избирательные кампании в социальных сетях. Освещение выборов в системе новостных агрегаторов. Роль информационных агентств в выборном процессе. Сайт субъекта выборов: структура, функции и управление контентом. СМИ и модульные технологии выборов: брифинги, конференции, пресс-туры, дебаты и т.д.
--	--	---------------------------	---

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	СРС	КР	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3	1	Правовые, организационно-управленческие и коммуникативные особенности избирательных кампаний	4	6	57	4	71	Опрос, творческое задание, научно-исследовательская статья или доклад
3	2	Стратегия, формы и методы работы медиа в избирательных кампаниях	4	6	58	5	73	Опрос, творческое задание, научно-исследовательская статья или доклад
3		Разделы дисциплины № 1-2	8	12	115	9	144	Экзамен
		ИТОГО семестр за	8	12	115	9	144	Экзамен

2.3 Практические занятия

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование лабораторных работ	Всего часов
1	2	3	4	5
3	1	Правовые, организационно-управленческие и коммуникативные особенности избирательных кампаний	1. Избирательная кампания: понятие, классификация, этапы и компоненты. 2. История избирательных кампаний в России в новейшее время. 3. Порядок и формы освещения выборов в СМИ России. Медиааспекты правового регулирования выборов в РФ в настоящее время. 4. Влияние СМИ в формировании политической культуры	1 1 1 1

			избирателей. 5. Медиарилейшнз и медиапланирование в избирательной кампании. 6. Негативные избирательные технологии в СМИ	1 1
3	2	Стратегия, формы и методы работы медиа в избирательных кампаниях	1. Методы и технологии исследования электората в СМИ. 2. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ. 3. Агитация, пропаганда и реклама в избирательных СМИ. Виды агитационного материала. 4. Особенности организации избирательной кампании в традиционных СМИ: на телевидении, радио. Жанровое многообразие материалов: 5. Использование новых медиа в избирательных технологиях. 6. СМИ и модульные технологии выборов:	1 1 1 1 1 1
		ИТОГО в семестре		12

2.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены по учебному плану.

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1 Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
8	1	Правовые, организационно-управленческие и коммуникативные особенности избирательных кампаний	Подготовка к семинарам-дискуссиям Подготовка к собеседованию по разделам дисциплины Подготовка к докладам-презентациям Написание научно-исследовательских статей Подготовка к экзамену	10 10 10 10 17
8	2	Стратегия, формы и методы работы медиа в избирательных кампаниях	Подготовка к семинарам-дискуссиям Подготовка к собеседованию по разделам дисциплины Подготовка к докладам-презентациям Написание научно-исследовательских статей Подготовка к экзамену	10 10 10 10 18
8				

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы учащихся по дисциплине:

1. Учебники и учебно-методические пособия

- 1) Акопов, Г.Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических интернет-коммуникаций : монография / Г.Л. Акопов. – М. : КНОРУС, 2013. – 240 с.
- 2) Алтунян А.Г. Анализ политических текстов. М.: Университетская книга, Логос, 2006. – 384 с.
- 3) Абрамов, Ю. И. Политическая культура избирателей Рязанской области [Текст] / Абрамов Ю. И., Морозова О. С., Семенов А. В. - Рязань : Рязанская обл. типография, 2013. - 132 с.
- 4) Аглеева Л. Т. Предвыборная агитация в избирательном праве Российской Федерации : Вопросы теории и практики : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2006. 24 с.
- 5) Анохина Н.В., Брандес М.Э. Роль СМИ в избирательном процессе // Выборы в посткоммунистических обществах. М., 2000. С. 137–151 . Полит. наука / ИНИОН РАН. 2000. № 3.
- 6) Борисов Г. А. Инструменты политического аудита, используемые в период проведения избирательной кампании [Электронный ресурс] // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2014. № 4 (июль — август).
- 7) Брутер В. История современных российских выборов: год 1993 // Международный институт гуманитарно-политических исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.igpi.ru/info/people/bruter/1085749185.html>, дата обращения: 29.08.2020.
- 8) Володенков С.В. Особенности интернет-коммуникации в современном политическом процессе // Вестн. Москов. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2014. №2. С.12-20.
- 9) Гаджиев, К.С. Политология : учебник / К.С. Гаджиев. - 2-е изд., перераб. и дополн. - М. : Логос, 2011. - 216 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 987-598704-498-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84981> (29.08.2020).
- 10) Гельман В.Я. Политическая культура, массовое участие и электоральное поведение // Политическая социология и современная российская политика. СПб., 2000.
- 11) Головин Ю.А. Политический менеджмент: учеб. пособие / Ю.А. Головин; Яросл. гос. ун-т. Ярославль: – 2004. – 106 с.
- 12) Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей,

2004. – 328 с.

- 13) Желтов, В.В. Сравнительная политология: политическая власть и политическое выражение : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет», Сибирская академия политических наук. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2014. - 548 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8353-1685-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278946> (29.08.2020).
- 14) Задорин И., Бурова Ю., Сюткина А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость // Российское общество: становление демократических ценностей? / Под ред. М. Макфола и А. Рябова; Моск. Центр Карнеги. М., 1999.
- 15) Зеленков М.Ю. Политология (базовый курс). - М.: Юридический институт МИИТа, 2009. – 302 с.
- 16) Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации : учеб. пособие / М. С. Савченко, Т. Ю. Дьякова [и др.] ; под общ. ред. М. С. Савченко. – Краснодар : КубГАУ, 2015. – 159 с.
- 17) Избирательный процесс в современной России: от теории к практике: Монография / Медведева В.К. - М.: ЕврАзНИИ ПП, 2013. - 108 с.
- 18) Ильичева Ю. А. СМИ в мобилизационных технологиях: цели, функции, политические последствия: дис. ... канд. полит. наук. Санкт-Петербург, 2014. 196 с.
- 19) Исследование аудиторий социальных сетей (март 2014). 24.03.2014. // SMMTUSA. Режим доступа: <http://smmtusa.ru/35-issledovanie-auditoriy-socialnyh-setey-mart-2014.html> (дата обращения: 29.08.2020).
- 20) Кольцова О., Маслинский А. Чем дышит блогосфера? К Методологии анализа больших текстовых данных для социологических задач // Социология: Методология, методы, математическое моделирование. 2013. № 35.
- 21) Коновалов А. Б. Современная российская блогосфера как источник распространения экстремистских идей // Интернет, власть и политика: сб. статей Международной научно-практической конференции. Кемерово, 2013. С. 17 - 26.
- 22) Корконосенко С.Г. Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. - 448 с.
- 23) Кочеткова, А. Медиапланирование: социологические и экономические аспекты. – РИП-холдинг, 2005. – 205 с.
- 24) Ксенофонтова, И. В. Роль Интернета в развитии протестного движения // Мониторинг общественного мнения: экономические и

- социальные перемены. 2012. № 3. Май-июнь. С. 114 - 116.
- 25) Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2007.
 - 26) Куликова, С. А. Информационное право России : учеб. пособие. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2010. 196 с.
 - 27) Кудашова, Ю.В. Проблемы формирования информационной среды политического позиционирования. Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 26. Март 2011 г. С. 1. 1-11 с. Режим доступа http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2011/vipusk_26_mart_2011_g./problem_i_upravlenija_teorija_i_praktika/kudashova.pdf. 29.08.2020
 - 28) Лагутина, О.В. Избирательные кампании и СМИ: учеб. пособие / О.В. Лагутина; Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск, 2014. – 151 с.
 - 29) Левинсон А. Г., Стучевская О. И. Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2003. – № 1 (63). — С. 46-55, то же URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/388/973/1219/06-levinson-46-55.pdf> 29.08.2020
 - 30) Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика. М.: РАУ, 2000.
 - 31) Лызлов Д. Н. Об ограничении «негативной» агитации российским законодательством о выборах // Государственная власть и местное самоуправление. 2011. № 1. С. 28-30.
 - 32) Малаканова О.А. Политическая коммуникация. <http://my.samara.ru/~soc/stat/28760/>. 29.08.2020
 - 33) Малкин, Е., Сучков, Е. Основы избирательных технологий. 3-е изд., расш. и доп. – М.: SPSL – «Русская панорама», 2002. – 464 с.
 - 34) Медведева В.К. Избирательный процесс в современной России: от теории к практике: Монография / Медведева В.К. - М.: ЕврАзНИИ ПП, 2013. - 108 с.
 - 35) Мельниченко, О. Интернет и выборы: проблемы и перспективы // Информационно-аналитический бюллетень агентства «Обратная связь» 2002, № 7 // <http://www.ospr.ru/text/library/1/03.doc>. 29.08.2020
 - 36) Мельник Г.С. Журналистика в политических технологиях. Санкт-Петербург. Издательство: Изд-во СПбГУ:2012: 203 с.
 - 37) Митюкова, Т. Роль СМИ в избирательном процессе региона // Научно- культурологический журнал. 2004. № 11. 2
 - 38) Михайлов, В. А. Социология общественного мнения: учебное пособие. Тверь: Тверской гос. ун-т, 2005. – 383 с.
 - 39) Морозова, О. С. Проектирование избирательных систем: возможности избирательной инженерии [Текст] : монография / О. С. Морозова; М-во образования и науки РФ, РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань : РГУ, 2015. - 152 с.
 - 40) Мухаев, Р.Т. Политология. Конспект лекций / Р.Т. Мухаев. - М. :

- Прспект, 2015. - 224 с. - ISBN 978-5-392-15489-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276969> (29.08.2020).
- 41) Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. СПб: Пирет, 2004. 192 с. С. 163.
- 42) Палин А. В. PR-деятельность политиков в Интернете и социальных сетях // Интернет, власть и политика: сб. статей Международной научно-практической конференции. Кемерово, 2013. С. 205 - 212.
- 43) Панченко Е. Митинги «За честные выборы»: протестная активность в социальных сетях // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2012. № 7. С. 149 - 154.
- 44) Петухов, В.В. Культура политического выбора и будущее демократии в России // Свободная мысль. - 2011. - №1 (1620). С. 219-222.
- 45) Пранова М.И. Избирательная кампания в системе политической культуры современного российского общества: состояние и перспективы развития. Автореф... дисс. Д-ра политических наук. Ростов-на-Дону – 2008. URL: <http://dissers.ru/avtoreferati-doktorskih-dissertatsii/politika/122/>. 29.08.2020
- 46) Политическая журналистика : учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С. Г. Корконосенко. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 319 с.
- 47) Политический менеджмент : учебное пособие / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; под ред. Е.В. Галкиной ; авт.-сост. Е.В. Галкина и др. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 104 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459207> (29.08.2020).
- 48) Политология : учебник / Н.Н. Гусев, А.И. Сацута, В.Ю. Бельский и др. ; под ред. В.Ю. Бельского, А.И. Сацуты. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 423 с. - (Cogito ergo sum). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01661-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116625> (29.08.2020).
- 49) Политология : учебное пособие / под ред. В.М. Капицына, В.К. Мокшина, С.Г. Новгородцева ; Министерство образования и науки Российской Федерации и др. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 596 с. : ил. - Библиогр.: с. 593. - ISBN 978-5-394-01100-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454097> (29.08.2020).
- 50) Попова, О. В.. Политический анализ и прогнозирование [Текст] : учебник / О. В. Попова. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 464 с.

- 51) Развитие партийной системы в 1993-2011 годах (региональный аспект) [Текст] / Ю. И. Абрамов, А. В. Семенов; Избирательная комиссия Ряз. обл.; [под ред. Г. М. Муравьевой]. - Рязань : Избирательная комиссия Рязанской области, 2012. - 288 с.
- 52) Сидоров В.А. Политическая культура журналиста. СПб., 2010.
- 53) СМИ в меняющейся России: коллективная монография / [Аникина М. Е., Блинова М. В., Вартанова Е. Л. и др.]; под ред. д. филол. н., проф. Е. Л. Вартановой, МГУ им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики. - Москва: Аспект Пресс, 2010. – 335 с.
- 54) Соловьев, А. И.. Политология. Политическая теория. Политические технологии [Текст] : учебник / А. И. Соловьев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 575 с.
- 55) Сычев И. We Are Social: интернет, мобильная связь и социальные сети в 2015. [Электронный ресурс]. URL <http://megamozg.ru/post/8266/22.01.2015> (дата обращения: 27.09.2016).
- 56) Чугунов А.В. Социология Интернета: методика и практика исследований интернет-аудитории. Учебное пособие. – СПб.: ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. – 130 с. То же URL: <http://www.ifap.ru/library/book013.pdf>. 29.08.2020
- 57) Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб. пособие / Москва. Изд-ва «Флинта», «Наука». 2006. – 254 с.
- 58) Чумиков, А.Н. Связи с общественностью. – М.: Дело, 2000. – 272 с.
- 59) Шапова А. А., Куликова С. А. Правовое регулирование предвыборной агитации в сети Интернет // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 472-480.
- 60) Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология: Учеб. пособие. – СПб.: Роза мира, 2004. – 187 с. То же <http://evartist.narod.ru/text19/139.htm>. 29.08.2020.
- 61) Язык СМИ и политика. М., 2012. 930 с. Солганик, Г.Я. Язык СМИ и политика / Солганик Г.Я. — Moscow : Издательство МГУ, 2012 . [Электронный ресурс] / Под ред. Г.Я. Солганика - М.: Издательство Московского государственного университета, 2012.

2. Интернет-ресурсы. См. п. 5.4

3. Базы данных. См. п. 5.3

4. Законы РФ

- 1) Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2014. № 31, ст. 4398.
- 2) Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 01.06.2017) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в

- референдуме граждан Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2017))»
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ 29.08.2020
- 3) Федеральный закон от 22.02.2014 N 20-ФЗ (ред. от 18.06.2017) «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.06.2017).
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159349/ 29.08.2020
 - 4) Федеральный закон от 10.01.2003 N 19-ФЗ (ред. от 18.06.2017) «О выборах Президента Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.06.2017))».
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40445/ 29.08.2020
 - 5) Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.08.2017)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ 29.08.2020
 - 6) О средствах массовой информации : закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 30.12.2015) // Рос. газ. 1992. № 32 ; Собр. законодательства Рос. Федерации. 2016. № 1 (ч. 1), ст. 84.
 - 7) Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федер. закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. № 31 (1 ч.), ст. 3448 ; 2015. № 29 (ч. 1), ст. 4390.

5. Материалы СМИ.

3.3.1 Примерные темы контрольных работ: курсовые работы не предусмотрены по учебному плану

3.3.2 Примерные темы и вопросы для самостоятельного и углубленного изучения

Раздел 1.

1) Охарактеризуйте избирательный процесс: а) в Древней Греции; б) Древнем Риме; в) Новгороде периода «Новгородской республики», 1136 - 1478 гг.; г) России нач. XX века. Материалы представьте в виде презентации.

2) Напишите аналитическую статью для молодежной газеты о возникновении избирательного права в России.

3) Напишите реферат об избирательной системе любого европейского государства.

4) Составьте проект телевизионной передачи, посвященной этимологии слова «агитация».

5) Подготовьте доклад на тему «Политтехнологи XX века: Топ 50».

6) На основании изучения научной и учебной литературы охарактеризуйте формы предвыборной агитация на примере любой избирательной кампании за рубежом.

7) Изучите мнения, касающиеся предоставления избирательных прав

граждан, находящихся в местах лишения свободы. Составьте проект дискуссионной телепрограммы (Используйте материалы информационно-правового портала «Закония» 2008-2017. Категорическое лишение заключенных участия в выборах неправомерно <http://www.zakonia.ru/blog/kategoricheskoe-lishenie-zakljuchennykh-uchastija-v-vyborakh-nepravomerno>).

8) Подготовьте доклад на тему: «Общественно-политический портрет члена ЦИК РФ» (на выбор).

9) Определите особенности избирательной системы в США, которая предопределила победу Д. Трампа на выборах президента.

10) Напишите эссе «Политический маркетинг в России». Проследите динамику изменений законов РФ, регулирующих избирательный процесс. Укажите, когда и какие изменения и дополнения были внесены в законы и чем они были обусловлены.

11) Сделайте сравнительный анализ норм зарубежного (1 страну на выбор) и российского законодательства о предвыборной агитации и информационном обеспечении выборов. Выявите критерии, которые разграничивают агитацию от информирования, права и обязанности СМИ, и т.д. Результаты оформите в виде доклада-презентации.

12) Напишите доклад о Федеральной целевой программе повышения правовой культуры избирателей и организаторов выборов в Российской Федерации (от 28.02.1995 г. № 228).

13) На основании изучения научных статей сделайте доклад на тему «Избирательные кодексы субъектов Российской Федерации». Выявите, принят ли подобный документ в Рязанской области.

14) Сделайте сообщение на тему: «Международные соглашения Центральной избирательной комиссии Российской Федерации».

15) Подготовьте сообщение о документах «О сотрудничестве и обмене правовой информацией между Центральной избирательной комиссией Российской Федерации, Центральными избирательными комиссиями зарубежных государств и международными организациями. http://cikrf.ru/international/events/protocol_060711.html.

16) Представьте сообщение-презентацию об указах Президента России по вопросам, входящим в сферу избирательного права.

17) Напишите исторический очерк о цензуре в России в XIX в. Охарактеризуйте роль российской литературной критики XIX века в формировании социально-политических ценностей.

18) Используя учебный и научные источники, а также эмпирические данные, приведите факты негативного влияния СМИ в процессе формирования политической культуры.

19) Используя графический и текстовый материалы, сверстайте полосу для статьи под рабочим названием «Жизнь и деятельность П. Ф. Лазарсфельда».

20) Напишите сообщение на тему «Русская политическая культура XX–XIX веков».

21) Выявите, какие информационные технологии используют избирательные комиссии субъектов РФ в работе с молодежью. Результаты оформите в виде доклада-презентации.

22) Напишите реферат на тему «Информационно-коммуникационная работа избирательных комиссий регионов ЦФО».

23) Напишите материал в художественно-публицистическом жанре на тему: «Мой политический идеал».

24) Подготовьте сообщение на тему «Избирательная культура Древнего Рима».

25) Составьте список произведений русской публицистики, которые повлияли на формирование политических установок жителей России 2-й половины XIX в. Можно ли привести примеры современных произведений, выполняющих аналогичную функцию? Результаты работы оформите в виде статьи.

26) Напишите эссе на тему «Политические взгляды героев русской классической литературы».

27) Подготовьте доклад-презентацию на тему «Журналистский портрет Сергея Доренко. Выскажите свое мнения о деятельности журналиста».

28) Составьте политический портрет россиянина времени первых выборов в Государственную Думу Федерального Собрания РФ.

29) Определите имиджевые стратегии любого советского политического деятеля.

30) Проанализируйте массмедийное наполнение советской прессы

31) Проанализируйте избирательный процесс Советском Союзе 1930-х гг. Результаты представьте в виде сообщения.

32) Посмотрите фильм Р. Споттисвуда «Проект «Ельцин» («Spinning Boris»), посвященный выборам Президента России в 1996 году, и напишите на него рецензию.

Раздел 2.

1) Проанализируйте особенности печатных агитационных материалов «Окна РОСТА». Охарактеризуйте стратегию данного комплекса.

2) С учетом изученного материала по истории избирательных кампаний в России в новейшее время проведите сравнительный анализ включения СМИ в стратегию избирательных кампаний президента России в 1996 и 1999 гг. разных кандидатов.

3) На примере любой политической партии проследите трансформацию имиджа ее руководителя. Результаты оформите в виде аналитической справки.

4) Просмотрите материалы видеоблога А. Навального. Определите стратегическое наполнение его месседжей.

5) Приведите примеры избирательных кампаний в разных странах, фаворитами и победителями в которых становились женщины. Напишите проблемно-исследовательский материал об особенностях имиджмейкинга в

этих кампаниях.

6) Охарактеризуйте коммуникативные стратегии произведения А. Гайдара «Сказка про военную тайну, Мальчиша-Кибальчиша и его твердое слово».

7) Проанализируйте особенности имиджа советского или современного европейского публичного политика. Результаты анализа оформите в виде короткого сообщения-презентации.

8) Укажите на известные вам случаи применения административного ресурса в отношении СМИ в процессе выборов.

9) Напишите статью о специфике интервью в психологии, журналистике, социологии.

10) Сделайте конспект учебного пособия Д.П. Шишкина, Д.П. Гавра, С.Л. Бровко С.Л. «PR-кампании: методология и технология» (СПб.: Роза мира, 2004). Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text19/139.htm>

11) Проведите мониторинг политической темы в произведениях русской литературы первой половины XIX в.

12) Почитайте «Записки о Гальской войне» Гая Юлия Цезаря. Подсчитайте, сколько раз употреблена словоформа «Цезарь». Проинтерпретируйте полученных результатов.

13) На основании изучения учебной и научной литературы создайте аналитический материал об исследованиях в избирательных кампаниях двух государств. Сравните агитационные видеоролики кандидатов на выборные должности 3 европейских стран. Выявите концепцию продукта, систему образов и мотивов, особенности слоугана, аудиальные эффекты и т.д.

14) В научной и учебной литературе найдите сведения о пресс-туре как о форме взаимодействия с медиа. Подготовьте доклад-иллюстрацию о специфике организации пресс-тура, его структуре и коммуникативной эффективности, проиллюстрировав положения визуальным материалом.

15) Напишите инструкции для студента академической группы, ответственного за информационное освещение ее жизни в университете.

16) Подготовьте доклад-презентацию о профессиональной деятельности политического журналиста а) федерального издания; б) регионального издания; в) районного издания.

17) Сделайте конспектирование тех разделов в учебном пособии В.Г. Королько «Основы публик рилейшнз» (М., Рефл-бук, К.: «Ваклер», 2001), которые посвящены информационной работе избирательного штаба.

18) Сделайте доклад о творческой деятельности рязанского политического журналиста.

19) Используя в качестве субъекта выборов героев русской классической литературы (Чацкого, Евгения Базаров; Родиона Раскольникова, князя Болконского), составьте основные агитационные материалы, в которых нашло бы отражение их общественно-политическое кредо.

20) Напишите научную статью о специфике, разновидностях и коммуникативных стратегиях агитационного радиоспота.

21) Используя свой опыт работы в медиа и/или опыт своих сокурсников, дайте комплексную характеристику мероприятий для общественности, которые организуют кандидаты на выборную должность/представители политических партий.

22) Выявите языковые и структурные маркеры, которые отличают агитационный материал от информационного. Приведите необходимые примеры. Напишите статью-прогноз об использовании интернет-технологий в выборах в органы местного самоуправления.
<http://evartist.narod.ru/text19/139.htm>.

23) Напишите эссе о роли блогинга в избирательных кампаниях.

24) Создайте проблемную статью о троллинге в социальных сетях.

25) Подготовьте доклад-презентацию о любой социальной сети. Укажите в докладе агитационные возможности сервиса.

26) На основании изучения рязанских региональных информационных агентств специфика раскрытия политической проблематике.

27) Напишите обзорную статью об истории перехода традиционных медиа Рязани в интернет-среду.

28) Сделайте обзор политических каналов в любом мессенджере.

29) Дайте понятие интернет-мему. Напишите проблемную статью под рабочим названием «Мем как жанр современной политической интернет-карикатуры».

4.1 Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по учебной дисциплине

Рейтинговая система в вузе не используется

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

5.1 Основная литература

№ п/п	Автор, название, место, год издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1		2	3	4	5
1	Мухаев, Р. Т. Политология. Конспект лекций [Электронный ресурс] / Р. Т. Мухаев. - М. : Проспект, 2015. - 224 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276969 (дата обращения: 29.08.2020).	1-3	8	ЭБС-	
2	Панарин, И. Н. Информационная война и выборы [Текст] / И. Н. Панарин. - Москва : Городец, 2003. -	1-3	8	3	

5.2 Дополнительная литература

№ п/п	Автор, название, место, год издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	Абрамов, Ю. В. Развитие партийной системы в 1993-2011 годах (региональный аспект) [Текст] / Ю. И. Абрамов, А. В. Семенов; Избирательная комиссия Ряз. обл.; [под ред. Г. М. Муравьевой]. - Рязань : Избирательная комиссия Рязанской области, 2012. - 288 с.	1-3	8	5	
2	Богданов, В. В. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Богданов, И.М. Комарова. - Новосибирск : НГТУ, 2011. – 59 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824 (дата обращения: 29.08.2020)	1-3	3	ЭБС	
3	Матушевский, Р. Г. Правовые основы СМИ и журналистики [Электронный ресурс]. : учебное пособие / Р. Г. Матушевский. - Москва : А-Приор, 2006. - 97 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56365 (дата обращения: 29.08.2020)	1-3	3	1	
4	Морозова, О. С. Проектирование избирательных систем: возможности избирательной инженерии [Электронный ресурс] : монография / О. С. Морозова; Министерство образования и науки РФ; РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань : РГУ, 2015. - 152 с.	1-2	3	4	
5	Шапошникова, Е. А. Российская партийная система в контексте совершенствования института выборов [Электронный ресурс] : монография / Е. А. Шапошникова; РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань : РГУ, 2017. - 104 с. – Режим доступа: http://hdl.handle.net/123456789/2319 (дата обращения: 29.08.2020)	1-2	3	ЭБС	
6	Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие / Б.Л. Яшин. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 243 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5689-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211 (дата обращения: 29.08.2020)	1-2		ЭБС	

5.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ, после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 29.08.2020).
2. Polpred.com Обзор СМИ [Электронный ресурс] : сайт. – Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://polpred.com/> (дата обращения: 29.08.2020).
3. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный (дата обращения: 29.08.2020).
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultan.ru>, свободный (дата обращения: 29.08.2020).
5. Научная библиотека РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru>, свободный (дата обращения: 29.08.2020).
6. Труды преподавателей [Электронный ресурс] : коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 29.08.2020).
7. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 29.08.2020).
8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. – Москва : Рос. гос. б-ка, 2003 - . – Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 29.08.2020).
9. Электронный каталог НБ РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ РГУ имени С.А. Есенина. – Рязань, [1990 - 2020]. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/marc>, свободный (дата обращения: 29.08.2020).
10. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 29.08.2020).

5.4. Перечень Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины:

1. Всероссийская политическая партия «Единая Россия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://er.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
2. Всероссийская политическая партия «Правое дело» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravoedelo.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения – ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<https://wciom.ru/>) (дата обращения: 29.08.2020).
4. Институт стратегических оценок и анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isoa.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
5. Избирательная комиссия Рязанской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ryazan.izbirkom.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
6. Исследовательский холдинг Ромир [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://romir.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
7. Некоммерческий фонд «Политика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.polity.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
8. Официальный сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
9. Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
10. Официальный сайт Председателя правительства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/> <http://premier.gov.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
11. Поисковая система Яндекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
12. Политическая партия «Коммунистическая партия Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kprf.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
13. Политическая партия ЛДПР – Либерально-демократическая партия России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ldpr.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
14. Политическая партия «Патриоты России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriot-rus.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
15. Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «Яблоко» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yabloko.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
16. Политическая партия «Справедливая Россия» [Электронный

- ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spravedlivo.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
17. Сетевой портал журнала «Полис» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.polisportal.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
18. Фонд «Индем» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.indem.ru>). Дата обращения: 29.08.2020.
19. Фонд общественное мнение (ФОМ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://corp.fom.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
20. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cikrf.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).
21. Центр политических исследований России (ПИР-Центр) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pircenter.org/> (дата обращения: 29.08.2020).
22. Центр политической конъюнктуры России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ancentr.ru/> (дата обращения: 29.08.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Требования к аудиториям для проведения занятий:

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный или LED-телевизор, компьютерный класс.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, PowerPoint и др.

Требования к специализированному оборудованию: -

6.2 Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

Экран, проектор, ноутбук; доступ в локальную сеть университета и Интернет. Программное обеспечение: текстовые редакторы.

7. Образовательные технологии (для стандарта ФГОС ВПО)

8. Методические указания для обучающихся для освоения дисциплины

Вид учебных	Организация деятельности студента
-------------	-----------------------------------

занятий	
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью справочников. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстами материалов СМИ (общественно-политические издания, вышедшие в период избирательной кампании), прослушивание радио- и телевизионных сюжетов по заданной теме, просмотр материалов новых медиа: социальных сетей, новостного интернет-контента
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, источники ЭБС конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения:

1. Использование браузеров для выхода в Интернет (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera и т.д.) и обращение к интернет-ресурсам: поисковым системам, специализированным порталам и сайтам.
2. Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты n.dolgova@365.rsu.edu.ru.

10. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО

Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plugin	Свободно распространяемое ПО

11. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1. Избирательная кампания: подходы к определению и структурные особенности.

1. Понятие избирательная кампании.
2. Классификация избирательных кампаний.
3. Этапы избирательных кампаний. Роль СМИ в рамках каждого этапа.

Практическое занятие 2. История избирательных кампаний в России в новейшее время.

1. Избирательные кампании к.80-х гг. XX в. России.
2. Выборы Президента РФ.
3. Президентская кампания 1996 г.: специфика, особенности протекания и результаты.
4. Выборы Государственную Думу 1-4 созывов.
5. Выборы Президента РФ в 2000-2014 гг.: особенности и модификация избирательных кампаний.

Практическое занятие 3. Порядок и формы освещения выборов в СМИ России. Медиааспекты правового регулирования выборов в РФ в настоящее время.

1. Медиааспекты правового регулирования выборов в РФ в настоящее время.
2. Выборы Президента РФ и СМИ.
3. Медиаосвещение выборов депутатов Государственной Думы ФС РФ.
4. Выборы депутатов в Рязанскую Областную Думу.
5. Выборы глав субъектов РФ и муниципального образования.
6. Особенности освещения деятельности избирательного штаба в день голосования: коммуникационный аспект. Характеристика субъекта выборов. Освещение деятельности избирательных комиссий в России в СМИ.

Практическое занятие 4. Влияние СМИ в формировании политической культуры избирателей.

1. Понятие политической культуры.
2. Роли и функции СМИ в избирательном процессе.
3. Просветительская деятельность СМИ и выборы.
4. Проблема политического выбора и СМИ.

Практическое занятие 5. Медиарилейшнз и медиапланирование в избирательной кампании.

1. Понятие медиарилейшнз.

2. Медиарилейшнз как форма тактического планирования избирательной кампании.
3. Принципы отбора медиаканалов в рамках избирательной кампании.
4. Оценка эффективности медиаресурсов.

Практическое занятие 6. Негативные избирательные технологии в СМИ

1. Роль и практика применения административного ресурса в СМИ в процессе выборов.
2. Манипуляции процессом освещения предвыборных кампаний в СМИ и способы эффективного контроля.
3. Система информационных вбросов и принципы их работы
4. Понятие скрытой политической рекламы.
5. Троллинг в интернете и выборы.

Практическое занятие 7. Методы и технологии исследования электората в СМИ.

1. Исследования электората: к постановке проблемы.
2. Политическая аналитика: история, современное состояние, перспективы развития.
3. Методы изучения общественного мнения.
4. Работа центров по изучению общественного мнения в России и за рубежом.
5. Прогнозирования поведения электората в СМИ: специфика подачи материалов.

Практическое занятие 8. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ.

1. Понятие имиджа, социального стереотипа и архетипа.
2. Построение политического имиджа в России: история вопроса.
3. Система построения имиджа политического субъекта в СМИ.

Практическое занятие 9. Агитация, пропаганда и реклама в избирательных СМИ.

Виды агитационного материала.

1. Сравнительная характеристика рекламы, PR и пропаганды как разновидностей массовой убеждающей коммуникации.
2. Политическая реклама: правовое и этическое регулирование, разновидности, оценка эффективности.
3. PR и избирательная кампания: формы взаимодействия. Политический лидер как PR-субъект.
4. Политическая пропаганда, ее формы, негативные эффекты.

Практическое занятие 10. Особенности организации избирательной кампании в традиционных СМИ: на телевидении, радио. Жанровое многообразие материалов:

1. Особенности организации избирательной кампании в на телевидении: выступление и дебаты.
2. Телевизионный агитационный ролик: структурно-содержательные характеристики.
3. Жанровое многообразие материалов в прессе и ее онлайн-аналогах: имиджевая статья, интервью, история успеха, биография, обзорная статья, и т.д.
4. Продвижение политического субъект в информационных агентствах и новостных порталах.
5. Особенности радиовыступлений.

Практическое занятие 11. Использование новых медиа в избирательных технологиях.

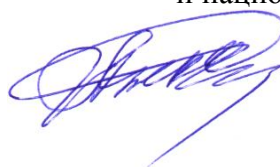
1. Сайт субъекта выборов: структура, функции и управление контентом.
2. Роль блоггинга избирательных кампаниях.
3. Пользовательский контент новых медиа и система новостного менеджмента в избирательных кампаниях.
4. Работа с электоратом в рамках социальных медиа.
5. Видеохостинги как медиа. Роль видеохостингов в продвижении политического субъекта.
6. Формы обратной связи в новых медиа и их роль в избирательной кампании.
7. Гражданская журналистика и избирательные кампании.

Практическое занятие 12. СМИ и модульные технологии выборов:

1. Брифинги, их особенности.
2. Организация пресс-конференции политического субъекта: многообразие подходов и оценка эффективности.
3. Организация пресс-туров: специфик организации, проблемы и оценка эффективности.
4. Завтраки со СМИ как модульная технология.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета русской филологии
и национальной культуры



К.В. Алексеев
«31» августа 2020 г.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ И СМИ»

Уровень основной профессиональной образовательной программы:

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика

Направленность подготовки: Общественно-политическая журналистика

Форма обучения: заочная

Срок освоения ОПОП: нормативный (2,5 года)

Факультет русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2020

1.Цели освоения дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Избирательная кампания и СМИ» является формирование профессиональных компетенций, позволяющих будущему журналисту квалифицированно, грамотно и последовательно осуществлять деонтологическое взаимодействие с социумом.

2.Место учебной дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Избирательная кампания и СМИ» реализуется в рамках Блока 1 (Б1.В.ОД.4)

3. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ: 4 зачетные единицы, 144 академических часа

4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП
Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (общепрофессиональных- ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1	2	3	4	5	6
1	ОПК-3	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	Понятие, классификация, этапы избирательной кампании в России и роль СМИ в рамках каждого этапа, историю избирательных кампаний в России и за рубежом, Медиааспекты правового регулирования выборов, имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ, структурно-содержательные особенности освещения деятельности избирательной кампании в день голосования, коммуникативные модели избирательных кампаний	выявлять роль информационных агентств и современных новостных ресурсов в выборном процессе, определять негативные избирательные технологии в медиа, в том числе характеризовать применение административного ресурса в СМИ в процессе выборов, выявлять стратегическую роль СМИ в освещении избирательной кампании.	навыками целостного анализа интернет-ресурсов, задействованных в избирательной кампании: социальных медиа, сайтов субъектов выборов, новостных агентств и агрегаторов, навыками изучения целевой аудитории, ее характерных черт как электората,
2	ПК-6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое основание для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения медиаметрическими показателями.	порядок и формы освещения выборов в СМИ России, особенности выступлений и дебатов, модульные технологии выборов (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и т.д.),	Характеризовать особенности организации агитационной кампании в традиционных медиа (радио, прессе, телевидении) и новых медиа, дифференцировать понятие агитации, пропаганды и рекламы в избирательных кампаниях, характеризовать субъект выборов	технологиями проведения медиаисследований методами проведения социологического исследования, навыками создания и размещения некоторых видов агитационных материалов в избирательной кампании, навыками создания материалов в разных журналистских жанрах, посвященных избирательным кампаниям.

5. Форма промежуточной аттестации и семестры прохождения: экзамен (3 семестр)

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.