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
30 августа 2018 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, 2018

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 регулирование 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);	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 регулирование выборов, имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ, структурно-содержательные особенности освещения деятельности избирательной кампании в день голосования, коммуникативные модели избирательных кампаний 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. 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,	собеседование по разделам дисциплины, доклад-презентация, семинар-дискуссия	опрос творческое задание, научно-исследовательская статья или доклад, экзамен	**ПОРОГОВЫЙ** Знать сроки, особенности и специфику политического субъекта избирательных кампании в России новейшего времени, выявлять роль СМИ в освещении избирательной кампании, характеризовать функции СМИ в рамках избирательных кампаний. **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
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технологии формирования**	**Форма оценочного средства**	**Уровни освоения компетенции**
ИНДЕК	**ФОРМУЛИРОВКА**				

С					
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	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.	собеседование по разделам дисциплины, доклад-презентация, семинар-дискуссия	опрос творческое задание, научно-исследовательская статья или доклад, экзамен	**ПОРОГОВЫЙ** Характеризовать порядок и формы освещения выборов в СМИ России Проводить контент-анализ материалов СМИ, посвященных избирательным кампаниям, Создавать имиджевые статьи политического субъекта **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

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 3 (часов)
1	2	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 в рамках каждого этапа. История избирательных кампаний в России в новейшее время. Порядок и формы освещения выборов в СМИ России. Медиааспекты правового регулирование выборов в РФ в настоящее время: выборов Президента РФ, депутатов Государственной Думы ФС РФ, 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 в СМИ. Влияние СМИ на политическую культуру избирателей. Медиарилейшнз и медиапланирование в избирательной кампании. Система построения имиджа политического субъекта в СМИ. Роли и функции СМИ в избирательном процессе. Негативные избирательные технологии в СМИ. Роль и практика применения административного ресурса 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 в избирательных кампаниях .	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 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: имиджевая статья, интервью, история успеха, биография, обзорная статья, агитационный ролик и т.д. Использование новых медиа в избирательных технологиях. Избирательные кампании и социальные сети. 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, пресс-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 за семестр	**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 регулирование выборов в РФ в настоящее время. 4.Влияние СМИ в формировании политической культуры избирателей. 5.Медиарилейшнз и медиапланирование в избирательной кампании. 6.Негативные избирательные технологии в СМИ	1 1 1 1 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		**ИТОГО в семестре:**		**115**

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: 14.12.2017.
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 (03.11.2017).
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 (03.11.2017).
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: 20.11.2014).
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 Сарат. 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./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/kudashova.pdf.
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
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/.
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.
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. : Проспект, 2015. - 224 с. - ISBN 978-5-392-15489-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276969 (03.11.2017).
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/.
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 (30.10.2017).
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 (03.11.2017).
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 (03.11.2017).
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.
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. Сарат. 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
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/
   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/
   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/
   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/
   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 этимология 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»), посвящённый 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 паблик 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 свои опыт работы в медиа и/или опыт своих сокурсников, дайте комплексную характеристику мероприятий для общественности, которые организовывают 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 использование 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 специфику 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: 15.10.2016).	1-3	8	ЭБС-	
2	Панарин, И. Н. Информационная война и выборы [Текст] / И. Н. Панарин. - Москва : Городец, 2003. - 416 с	1-3	8	3	

5.2 Дополнительная литература

№ п/п	Автор, название, место, год издания	Используется при изучении	Семестр	Количество экземпляров	
				В	На

		разделов		библиотеке	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: 16.10.2016)	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: 16.10.2016)	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: 15.03.2017)	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: 16.10.2016)	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: 15.04.2016).
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: 15.11.2016).

3. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru, свободный (дата обращения: 15.10.2016).
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа: http://www.consultanru, свободный (дата обращения: 15.10.2015).
5. Лань [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: https://e.lanbook.com (дата обращения: 01.03.2016).
6. Научная библиотека РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: http://library.rsu.edu.ru, свободный (дата обращения: 15.10.2015).
7. 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: 15.10.2015).
8. 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: 15.10.2015).
9. 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: 10.11.2016).
10. 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 -]. – Режим доступа: http://library.rsu.edu.ru/marc, свободный (дата обращения: 15.10.2016).
11. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: https://www.biblio-online.ru (дата обращения: 20.04.2017).

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

1. Аналитический Центр Юрия Левады (АНО Левада-Центр). [Электронный ресурс] . – Режим доступа: https://www.levada.ru/nopisanie/o-tsentre/ (дата обращения: 30.04.2017)/
2. Всероссийская политическая партия «Единая Россия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://er.ru/ (дата обращения: 20.04.2017).
3. Всероссийская политическая партия «Правое дело» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravoedelo.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения – ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (https://wciom.ru/) (дата обращения: 30.04.2017).
5. Институт стратегических оценок и анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.isoa.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
6. Избирательная комиссия Рязанской области[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ryazan.izbirkom.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
7. Исследовательский холдинг Ромир [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: http://romir.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
8. Некоммерческий фонд «Политика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.polity.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
9. Официальный сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
10. Официальный сайт Правительства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
11. Официальный сайт Председателя правительства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/ http://premier.gov.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
12. Поисковая система Яндекс[Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yandex.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
13. Политическая партия «Коммунистическая партия Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kprf.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
14. Политическая партия ЛДПР – Либерально-демократическая партия России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ldpr.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
15. Политическая партия «Патриоты России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.patriot-rus.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
16. Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «Яблоко» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.yabloko.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
17. Политическая партия «Справедливая Россия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.spravedlivo.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
18. Сетевой портал журнала «Полис» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.polisportal.ru/(дата обращения: 30.04.2017).
19. Фонд «Индем» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.indem.ru).
20. Фонд общественное мнение (ФОМ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://corp.fom.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
21. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cikrf.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).
22. Центр политических исследований России (ПИР-Центр) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pircenter.org/ (дата обращения: 30.04.2017).
23. Центр политической конъюнктуры России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ancentr.ru/ (дата обращения: 30.04.2017).

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 занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать 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 удается 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, выходившие 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 @rsu.edu.ru.
3. Интерактивное общение с помощью Skype.

4. Использование слайд-презентаций Open Document при проведении практических занятий
5. Написание и редактирование материалов при помощи Open Office Document,

10. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

1. Операционная система WindowsPro (договор №Tr000043844 от 22.09.15г.);
2. Антивирус Kaspersky Endpoint Security (договор №14/03/2018-0142от 30/03/2018г.);
3. Офисное приложение Libre Office (свободно распространяемое ПО);
4. Архиватор 7-zip (свободно распространяемое ПО);
5. Браузер изображений Fast Stone ImageViewer (свободно распространяемое ПО);
6. PDF ридер Foxit Reader (свободно распространяемое ПО);
7. Медиа проигрыватель VLC mediaplayer (свободно распространяемое ПО);
8. Запись дисков Image Burn (свободно распространяемое ПО);
9. DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in (свободно распространяемое ПО);
10.Антивирус Kaspersky Endpoint Security (договор №14/03/2018-0142от 30/03/2018г.);
11.Офисное приложение Libre Office (свободно распространяемое ПО);
12.Архиватор 7-zip (свободно распространяемое ПО);
13.Браузер изображений Fast Stone ImageViewer (свободно распространяемое ПО);
14.PDF ридер Foxit Reader (свободно распространяемое ПО);
15.Медиа проигрыватель VLC mediaplayer (свободно распространяемое ПО);
16.Запись дисков Image Burn (свободно распространяемое ПО);
17.DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in (свободно распространяемое ПО

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Правовые, организационно-управленческие и коммуникативные особенности избирательных кампаний	ОПК-3, ПК-6	Экзамен
2	Стратегия, формы и методы работы медиа в избирательных кампаниях	ОПК-3, ПК-6	Экзамен

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
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	знать	
		Понятие, классификация, этапы и коммуникативные модели избирательной кампании в России, а также роль СМИ в рамках каждого этапа,	ОПК-3, З1
		историю избирательных кампаний в России и за рубежом,	ОПК-3,З2
		Медиааспекты правового регулирование выборов, включая особенности освещения деятельности избирательной кампании в день голосования	ОПК-3, З3
		имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ	ОПК-3, З4
		уметь	
		выявлять стратегическую роль СМИ в освещении избирательной кампании.	ОПК-3, У1
		выявлять роль информационных агентств и современных новостных ресурсов в выборном процессе	ОПК-3, У2
		определять негативные избирательные технологии в медиа, в том числе характеризовать применение административного ресурса в СМИ в процессе выборов	ОПК-3, У3
		Характеризовать разновидности целевых аудиторий	ОПК-3, У4

		избирательных кампаний	
		владеть	
		навыками целостного анализа интернет-ресурсов, задействованных в избирательной кампании: социальных медиа, сайтов субъектов выборов, новостных агентств и агрегаторов,	ОПК-3, В1
		навыками изучения целевой аудитории, ее характерных черт как электората	ОПК-3, В2
		Навыками целостного анализа материалов СМИ, посвященных субъектам избирательного процесса	ОПК-3, В3
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.	знать	
		порядок и формы освещения выборов в СМИ России,	ПК- 6, З1
		особенности выступлений и дебатов	ПК- 6, З2
		модульные технологии выборов (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги и т.д.),	ПК- 6, З3
		особенности стратегии и тактики избирательных кампаний	ПК- 6, З4
		уметь	
		характеризовать особенности организации агитационной кампании в традиционных медиа (радио, прессе, телевидении) и новых медиа	ПК- 6, У1
		дифференцировать понятие агитации, пропаганды и рекламы в избирательных кампаниях	ПК- 6, У2
		характеризовать субъект выборов	ПК- 6, У3
		Характеризовать организационный процесс избирательной кампании	ПК- 6, У4
		Выявлять коммуникационную эффективность каждого этапа избирательной кампании	ПК- 6, У5
		владеть	
		технологиями проведения медиаисследований	ПК- 6, В1
		навыками создания и размещения некоторых видов агитационных материалов в избирательной кампании	ПК- 6, В2
		Навыками создания материалов и размещения в разных журналистских жанрах, посвященных избирательным кампаниям	ПК- 6, В3
		Навыками организации и проведения брифингов, круглых столов, встреч со СМИ, пресс-конференций, пресс-туров, встреч с избирателями субъекта кампании и другими медийными проектами	ПК- 6, В4

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

(ЭКЗАМЕН)

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Медиааспекты правового регулирование выборов в РФ в настоящее время.	ОПК З,З3
2	Порядок и формы освещения выборов в СМИ России.	ОПК З,З2; ПК- 6, З1
3	Избирательная кампания: понятие, классификация, этапы. Роль СМИ в рамках каждого этапа.	ОПК3, З1
4	Медиааспекты проведения выборов Президента Российской Федерации.	ОПК З,З3
5	Медиааспекты проведения выборов в Государственную Думу Федерального Собрания РФ.	ОПК З,З3
6	Медиааспекты проведения выборов в Рязанскую областную Думу.	ОПК З,З3
7	Медиааспекты проведения выборов Главы субъекта Российской Федерации.	ОПК З,З3
8	Медиааспекты проведения выборов главы муниципального образования.	ОПК З,З3
9	Медиааспекты проведения выборов в представительный орган местного самоуправления.	ОПК З,З3
10	Характеристика субъекта выборов.	ПК- 6, У3
11	Освещение деятельности избирательных комиссий в России в СМИ.	ОПК3, З1
12	Влияние СМИ на политическую культуру избирателей.	ОПК-3, У1
13	Влияние СМИ на политические установки избирателей.	ОПК-3, У1
14	Методы и технологии медиаисследований.	ОПК-3, В2; ПК- 6, В1
15	Особенности организации работы СМИ в избирательной кампании.	ОПК-3, З1, ПК- 6, З1
16	Роли и функции СМИ в избирательном процессе.	ОПК-3, З1, У1
17	Структура выборного штаба избирательной кампании: коммуникационный аспект.	ОПК-3, З1, ПК-6, З1
18	Медиарилейшнз в политической сфере.	ОПК-3, З3
19	Понятие имиджа. Роль имиджмейкинга в избирательной кампании.	ОПК-3, З4; ПК- 6, У3; ПК- 6, В2
20	Система построения имиджа кандидата в СМИ.	ОПК-3, З4; ПК- 6, У3; ПК- 6, В2
21	Технологии формирования и трансляции имиджа политической партии в СМИ.	ОПК-3, З4; ПК- 6, У3; ПК- 6, В2
22	Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях и СМИ.	ОПК3, З4, ПК- 6, З1
23	Особенности освещения деятельности избирательного штаба в день голосования: коммуникационный аспект.	ОПК3, З1, ПК- 6, З1
24	Агитация в избирательных кампаниях и специфика ее применения.	ПК-6, У2
25	Пропаганда в избирательных кампаниях и специфика ее применения в избирательных технологиях.	ПК-6, У2
26	Реклама в избирательных кампаниях и специфика ее применения	ПК-6, У2
27	Особенности организации агитационной кампании на телевидении.	ПК-6, З2; ПК- 6, У1, ПК- 6, В3
28	Специфика организации телевизионного выступления	ПК-6, З2; ПК- 6, У1, ПК- 6, В3
29	Специфика организации и разновидности теледебатов	ПК-6, З2; ПК- 6, У1, ПК- 6, В3
30	Особенности организации агитационной кампании на радио.	ПК-6, У1; ПК- 6, В3
31	Особенности организации агитационной кампании в прессе.	ПК-6, У1; ПК- 6, В3
32	Жанровое многообразие агитационных материалов.	ПК-6, В2; ПК- 6, В3
33	Использование новых медиа в избирательных технологиях	ОПК-3, У2; ОПК-3, В1; ПК- 6, У1;

34	Избирательные кампании и социальные сети.	ОПК-3, У2; ОПК-3, В1; ПК- 6, У1
35	Освещение выборов в системе новостных агрегаторов.	ОПК-3, У2; ОПК-3, В1; ПК- 6, У1
36	Роль информационных агентств в выборном процессе.	ОПК-3, У2; ОПК-3, В1; ПК- 6, У1
37	Сайт субъекта выборов: структура, функции и управление контентом.	ОПК-3, У1: ПК- 6 У1
38	Блоги политиков: контент и роль в избирательной кампании	ОПК-3, У1: ПК- 6 У1
39	Негативные избирательные технологии в СМИ.	ОПК3, З3
40	СМИ и модульные технологии выборов: организация и проведение пресс-конференции.	ПК- 6, З2, З3, В4
41	СМИ и модульные технологии выборов: особенности организации брифингов, круглых столов и встреч со СМИ.	ПК- 6, З2, З3, В4
42	СМИ и модульные технологии выборов: встречи с избирателями.	ПК- 6, З2, З3, В4
43	СМИ и модульные технологии выборов: организация и проведение пресс-туров.	ПК- 6, З2, З3, В4
44	Роль и практика применения административного ресурса в СМИ в процессе выборов.	ОПК-3, У3
45	Манипуляции процессом освещения предвыборных кампаний в СМИ и способы эффективного контроля.	ОПК-3, У1; ОПК-3, У3
46	Разновидности целевых аудиторий избирательных кампаний	ОПК-3, У4, В2
47	Структурно-содержательный анализ материалов СМИ, посвященных субъектам избирательного процесса	ОПК-3, В3
48	Особенности стратегии и тактики избирательных кампаний	ПК- 6, З4
49	Особенности организационного процесса избирательной кампании	ПК- 6, У4
50	Коммуникационная эффективность каждого этапа избирательной кампании	ПК- 6, У5

Критерии оценивания

«Отлично» (5) – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он своевременно и качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики / НИР; умело применил полученные знания во время прохождения практики / НИР, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических и (или) научно-исследовательских задач.

«Хорошо» (4) - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики / НИР; полностью выполнил программу с незначительными отклонениями от качественных параметров; проявил себя ответственным и заинтересованным специалистом в будущей профессиональной деятельности; правильно применил теоретические положения при решении практических вопросов и научно-исследовательских задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он выполнил программу практики / НИР, однако часть заданий вызвала затруднения, не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике и в научно-исследовательской деятельнбости, допускал ошибки в планировании и решении задач практики/ НИР, отчет носит описательный характер, без элементов анализа и обобщения.

«Неудовлетворительно» (2) - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует низкое качество выполнения индивидуальных

заданий, оформление документов по практике / НИР не соответствует требованиям, обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике / научно-исследовательской деятельности. Представленные документы и результаты собеседования с обучающимся не свидетельствуют о сформированности у последнего предусмотренных программой практики компетенций.