

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«___» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1150965	Формы и сферы коммуникации

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.02
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологически х наук, без ученого звания	Доцент	научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

Согласовано:

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Формы и сферы коммуникации

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Формы и сферы коммуникации» предполагает подробное знакомство студентов с некоторыми сферами коммуникации, значимыми для направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»: политической и деловой коммуникацией, – и основной формой коммуникации в рекламе и PR – массовой коммуникацией. Освоение дисциплин, составляющих модуль («Деловая коммуникация», «Массовая коммуникация», «Политическая коммуникация»), позволит студентам повысить уровень политической и деловой культуры, усвоить приемы и методы убеждения в данных сферах коммуникации, приобрести навыки поведения в конфликтных ситуациях, ведения дискуссий и переговоров, научиться управлять коммуникационными процессами в указанных обстоятельствах и качественно совершенствовать стратегии своего поведения для достижения цели коммерческого или политического продвижения. Прикладная составляющая программы обеспечивает знакомство студентов с потенциальными аспектами будущей профессиональной деятельности.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Массовая коммуникация	3
2	Политическая коммуникация	2
3	Деловая коммуникация	2
ИТОГО по модулю:		7

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3

<p>Деловая коммуникация</p>	<p>ПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>З-1 - Называть отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>У-4 - Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи</p>
	<p>ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>З-2 - Использовать принципы работы с источниками информации и методы ее сбора</p> <p>У-1 - Выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события</p> <p>У-2 - Корректно вести полемику, аргументировать свою точку зрения</p> <p>П-1 - Соблюдать принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>П-2 - Осуществлять проверку фактических данных</p>
<p>Массовая коммуникация</p>	<p>ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>У-1 - Выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события</p> <p>У-2 - Корректно вести полемику, аргументировать свою точку зрения</p> <p>П-2 - Осуществлять проверку фактических данных</p>
	<p>ПК-5 - Способен учитывать в</p>	<p>З-2 - Воспроизводить правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных</p>

	<p>профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>У-1 - Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ</p> <p>П-1 - Осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>П-2 - Анализировать ситуацию на рынке СМИ на основании имеющихся данных</p>
<p>Политическая коммуникация</p>	<p>ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p> <p>З-2 - Использовать принципы работы с источниками информации и методы ее сбора</p> <p>У-1 - Выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события</p> <p>У-2 - Корректно вести полемику, аргументировать свою точку зрения</p> <p>П-1 - Соблюдать принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>П-2 - Осуществлять проверку фактических данных</p>
	<p>ПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>З-1 - Определять совокупность политических, экономических факторов, региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования</p> <p>У-2 - Формировать предложения для разработки текущих и перспективных планов редакции</p> <p>П-1 - Осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Массовая коммуникация

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	научно- образовательный центр цифровой гуманитаристики
2	Татаренкова Дина Сергеевна	Кандидат филологических наук	Старший преподавате ль	Научно- образовательный центр цифровой гуманитаристики

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Основы теории коммуникации	<p>Понятие коммуникации. Законы коммуникации. Функции теории коммуникации. Коммуникация и общение.</p> <p>Этапы развития теории коммуникации от Античности до наших дней.</p> <p>Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Модели коммуникации. Структурные компоненты коммуникации. Коммуникативные барьеры.</p> <p>Теория символического интеракционизма. Социальный конструктивизм. Коммуникативная сущность ритуала. Нарратив. Семиотическая модель коммуникации. Дискурс, Дискурс-анализ. Институциональный дискурс.</p> <p>Массовая коммуникация. Теория Маклюэна. Критическая традиция анализа коммуникации (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Ч. Р. Миллс).</p> <p>История массовой коммуникации в зеркале рекламы. Кино как канал СМК. ТВ как канал массовой коммуникации. Эффекты массмедиа.</p> <p>Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (Л. Альтюссер, А. Грамши).</p> <p>Концепция пропаганды.</p> <p>Особенности движения информации в СМИ. Аудитория СМИ и основные подходы к ее изучению.</p>

		<p>Глобальные коммуникационные процессы и Интернет: особенности функционирования и технологии информационно-го воздействия.</p> <p>Вербальная и невербальная коммуникация. Визуализация коммуникации. Фотография как вид коммуникации.</p> <p>Слухи как канал массовой коммуникации и особенности их использования.</p> <p>Коммуникации в организации. Концепция К.Гирца и М.Пакановски. Теория С.Дитца. Коммуникативная культура личности и организации.</p>
Р2	Социология массовых коммуникаций	<p>Социологические теории массовых коммуникаций. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации.</p> <p>Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации.</p> <p>Социокультурная традиция анализа массовой коммуникации.</p> <p>Социологические исследования массовых коммуникаций. Опросные методы.</p> <p>Методы анализа документов.</p> <p>Качественные методы исследований. Коммуникатор и социологические способы его изучения</p> <p>Содержание информации и методика его анализа.</p> <p>Анализ содержания как социологический метод изучения информационных потоков.</p> <p>Аналитическое обеспечение информационной политики публичных субъектов. Структура информационной политики. Уровни принятия решений.</p> <p>Основные объекты анализа в рамках социологии массовых коммуникаций. Аналитическое обеспечение рекламных кампаний.</p> <p>Аналитическое обеспечение ПР-кампаний.</p>
Р3	Психология массовых коммуникаций	<p>Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии; структура личности как база восприятия информации; типология аудитории, сегментация аудитории.</p> <p>Массовая коммуникация и психология информационного воздействия.</p> <p>Специфика предметного поля.</p> <p>Психологические механизмы воздействия на массовое сознание. Подходы к определению. Признаки массового</p>

		<p>сознания. Структура и виды элементов. Взаимосвязь между элементами.</p> <p>Содержание массового сознания. Специфика возникновения. Место массового сознания в структуре личности.</p> <p>Психологические исследования массовой коммуникации: имидж коммуникатора, психографика; психологические аспекты изучения аудитории.</p> <p>Подходы к определению. Западные и российские подходы к изучению общественного мнения. Структура и виды. Носители общественного мнения.</p> <p>Возможности формирования общественного мнения.</p> <p>Характеристики стереотипа. Структура (когнитивный и инструментальный компоненты).</p> <p>Формирование и разрушение стереотипов. Стереотипизация. Соотношения понятий «имидж» и «стереотип».</p> <p>Подходы к исследованию социальных установок (Л. Ланге, Г. Мюллер, Т. Штуман, Д. Узнадзе).</p> <p>Структура установки. Характеристики установок. Условия возникновения установки. Разновидности состояния установки. Индивидуальные типы установок.</p> <p>Социальная установка. Условия, влияющие на протекание процессов изменения установок. Взаимосвязь между стереотипом и социальной установкой.</p> <p>Теория социальных отличий. Значение социального изменения. Социальное дифференцирование в современном обществе. Избирательное влияние в массовой коммуникации.</p> <p>Теория социальной взаимосвязи. Социокультурная матрица. Социализация и теории косвенного влияния. Средства массовой информации как агент социализации. Формирование отношения, восприятия и веры.</p> <p>Массовая коммуникация и влияние медиареальности. Функции СМИ в формировании значений. Речь и языка СМИ.</p> <p>Эффекты СМИ, связанные с поведением (рост общественного интереса к данной проблематике; 1970-е: интерес к ТВ-насилию).</p> <p>Влияние телевизионного насилия (результаты исследований; экспериментальные результаты; эксперимент Бандуры; усложнение факторов). Поощряющееся просоциальное поведение.</p> <p>Психологические эффекты массовой коммуникации; понятия подражания и заражения; понятие массовых вкусов; закономерности массового поведения и реклама; психология моды.</p> <p>Массовая коммуникация и теоретические стратегии убеждения. Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и</p>
--	--	--

		<p>эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.</p> <p>Теоретические стратегии убеждения. Психодинамическая стратегия. Социокультурная стратегия. Стратегия формирования значений.</p> <p>Психология творчества журналиста, создателя рекламы; творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление; методы активизации творческого мышления.</p>
--	--	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Массовая коммуникация

Электронные ресурсы (издания)

1. Баранова, Е. В.; Социология массовой коммуникации : учебное пособие.; Высшая школа, Минск; 2012; <http://www.iprbookshop.ru/20279.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Гавра, Д. П.; Основы теории коммуникации : для бакалавров и специалистов.; Питер, Санкт-

Петербург [и др.]; 2011 (15 экз.)

2. Гостенина, В. И. ; Социология управления : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся в бакалавриате по направлению 040100 "Социология" : стандарт третьего поколения.; Питер, Москва [и др.]; 2013 (5 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Не предусмотрены

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
2. электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
3. справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
4. научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Массовая коммуникация

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Политическая коммуникация

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Скуратов Алексей Борисович	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	научно- образовательный центр цифровой гуманитаристики

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Скуратов Алексей Борисович, Доцент, научно-образовательный центр цифровой гуманитаристики

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Тема 1	Политическая коммуникация через призму стран и эпох	Преломление учения Н.Макиавелли в политике и коммуникациях: о неизбежном малом зле и возможной мести как дилеммы (большое и малое зло: как продать непопулярные меры); почему страх почти всегда лучше любви в политических коммуникациях (как правители пугают свои народы); народ и государь: как лучше понять природу коммуникации и природу власти; промедление как зло в политической коммуникации; представления о лучшем правителе как способе убрать действующего (политика перемен). Связи с общественностью и пропаганда как модели политической коммуникации (теория волшебной пули v.s. теории PR). Маркетинг, связи с общественностью и консалтинг в публичном администрировании: сходства и различия (Р.Лофер, Х.Шелди). Модель «повестка дня»: формирование месседжей и

		<p>управление. Политический консалтинг на выборах как вид властной коммуникации (Л.Сабатто, Д.Нимо). Зарождение и эволюция консалтинга: от первой компании к глобальной индустрии (Р.Фриденберг, Дж.Наполитан).</p>
Тема 2	<p>Политическая коммуникация в России</p>	<p>Российская политическая палитра. Российская избирательная система и технологии.</p> <p>Виды избирательных систем: какие системы и почему были выгодны российским властям на разных исторических этапах. Выборные технологии: как завоевать и удержать власть за счет коммуникаций. Медийные, рекламные, правовые и «полевые» технологии политического консультанта. Виды агитационной работы: в поисках оптимальной модели. Социологическое консультирование, медиаконсультирование, прямая почтовая рассылка, диджитал или «от двери к двери». Политические кампании: основные этапы и процедуры</p>
Тема 3	<p>Концепция «интегрированных коммуникаций» в политических и электоральных кампаниях</p>	<p>Технологический микс как соотношение рекламных, медийных, «полевых» и правовых способов завоевания власти. Эволюция технологий: от рекламы и фоновых проектов к агитационным и специализированным. Технологическое разнообразие в начале и в конце политической кампании: от узнаваемости к поддержке. Стратегия, креатив и бюджет кампании как способ определения технологического микса.</p>
Тема 4	<p>Медиакоммуникации в политике</p>	<p>Искусство создания информационных поводов: как перехватить или завоевать информационную инициативу. Формирование повестки дня: ключевые темы. Медийные и диджитал-инструменты политической кампании. Навязывание электорату собственного дискурса в СМИ и социальных сетях. Роль интриги в избирательной кампании. Блогосфера – как специфический вид коммуникации в политике. Позиционирование лидеров в СМИ и социальных сетях: основные образы и смыслы. Неформальные коммуникации как способ выстраивания отношений с владельцами, редакторами, ключевыми журналистами и</p>

		<p>блогерами. Ненадежность PR-инструментов. Контрпропаганда в СМИ и в интернете: работа с оппонентами, критика их действий.</p>
Тема 5	Роль социологии в политической коммуникации	<p>Как войти в политическую кампанию: базовый социологический аудит. Виды социологических исследований: исходное (зондаж); дополнительное (опрос по трендам); регулярный панельный опрос (регулярный мониторинг в ходе политических кампаний); изменения и сдвиги в настроениях электората); фокус-группы (тестирование продуктов и идей, изучение мотивов электорального поведения); экспертный опрос (сокращение времени и затрат – способ получить предварительную обратную связь). Медиатизация опросов как способ манипуляции на выборах: как продать СМИ нужные данные. О важности и вредности опросов общественного мнения. Ловушка лидерства в политике с точки зрения опросов</p>
Тема 6	Политический спичрайтинг	<p>Наука быть убедительным. Политический лидер как главный источник для подготовки публичных речей (как попасть в то, что кандидат готов будет произнести). Фишки, мемы и яркие высказывания как способ обратить на себя внимание. Ключевые этапы в процессе подготовки публичных выступлений: 1) исследование аудитории (социология, демографические и социальные характеристики); 2) разработка идеи речи (главная тема послания); 3) создание системы аргументации и доказательства (подбор фактов, цифр, экспертных оценок, креативность и юмор); 4) рациональное структурирование текста (смысл и стилистика); 5) исполнение речи, многократное озвучивание и запоминание. Подготовка лидера к участию в пресс-конференции, публичных дебатах. Подготовка лидера к ответу на сложные вопросы от аудитории, агрессивные публичные дебаты с оппонентами: в поисках слабых сторон противников.</p>
Тема 7	Инструментарий политической коммуникации	<p>Границы и возможности пропаганды. Упрощение и повторение как базовые принципы</p>

		<p>организации информационного воздействия и навязывания точки зрения. Пропаганда в СМИ</p> <p>и в интернете: эффективные форматы и технологии. Дегуманизация политических оппонентов:</p> <p>роль страха и ненависти. Как навязать избирателю черно-белую картину восприятия. Пиар-</p> <p>технологии как способ не смягчить, а усилить воздействие. Обратная связь как иллюзия или о</p> <p>полезности двусторонней коммуникации в политике.</p>
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Воспитание навыков жизнедеятельности в условиях глобальных вызовов и неопределенностей	деятельность по социальной и профессиональной адаптации в вузе	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	З-1 - Идентифицировать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Политическая коммуникация

Электронные ресурсы (издания)

1. Евгеньева, Т. В.; Психология массовой политической коммуникации : учебное пособие.; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва; 2013; <http://www.iprbookshop.ru/54649.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Гринберг, Т. Э.; Политические технологии: ПР и реклама : учеб пособие для студентов вузов.; Аспект Пресс, Москва; 2005 (3 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Не предусмотрены

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>
2. электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>
3. справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
4. научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Политическая коммуникация

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Деловая коммуникация

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Белова Татьяна Владимировна		Эксперт и методолог в области управления персоналом и развития танантов	МИФИ

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Белова Татьяна Владимировна, Эксперт и методолог в области управления персоналом и развития талантов, МИФИ

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Исключительно электронного обучения с использованием онлайн-курса университета-партнера в рамках сетевого договора
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания; Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
	Онлайн-курс университета-партнера в рамках сетевого договора Эффективная коммуникация в рабочей среде	https://openedu.ru/course/mephi/mephi_efkrs/

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
			-	-

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Деловая коммуникация

Электронные ресурсы (издания)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Онлайн-курс университета-партнера в рамках сетевого договора Эффективная коммуникация в рабочей среде https://openedu.ru/course/mephi/mephi_efkrs/

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Деловая коммуникация

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

