

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Интернет в рекламе и связях с общественностью Б1.Б.30

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Старшинов А.Н.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941871017

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Старшинов А.Н.
Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и
медиакоммуникаций, ANStarshinov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основной целью курса является получение студентами систематизированных знаний и практических навыков по использованию Интернета для повышения качества и эффективности государственного и муниципального управления.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.Б.30 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2 курсе, 4 семестр.

Дисциплина 'Информационные войны' относится к вариативной части гуманитарного учебного цикла. Изучение дисциплины предусмотрено в пятом семестре обучения по направлению 'международные отношения'.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-10 (общекультурные компетенции)	владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, наличием навыков работы с компьютером, как средством управления информацией

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

-Знать - отличия PR-деятельности и рекламы от пропаганды, от информационных войн, эффективные способы информационного воздействия в рамках профессиональных этических кодексов, теоретический материал, ключевые понятия и термины по курсу.

2. должен уметь:

-Уметь - распознать информационную атаку, информационную войну в профессиональной сфере, уметь им противостоять; применить полученные знания в профессиональной деятельности, межличностном общении, самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу, свободно оперировать терминологией.

3. должен владеть:

-Владеть - навыками контент-анализа текстов по проблемам информационного противоборства, работы с нормативно-правовыми документами по информационной безопасности, способностью к критике и самокритике, работе в коллективе.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

-

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 4 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Информационная война: понятие, элементы, принципы	4		4	6	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Информационное оружие	4		4	6	0	Устный опрос
3.	Тема 3. История информационного противоборства с древности до нового времени	4		4	6	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Информационные войны в XX в.: масштаб, формы, значение	4		2	8	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Информационная безопасность в современном мире	4		2	8	0	Тестирование
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	Зачет
	Итого			16	34	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Информационная война: понятие, элементы, принципы

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Предмет и содержание курса. Связь с общетеоретическими и специальными дисциплинами. Обзор литературы. Становление информационного общества. Его основные признаки и характеристики. Трактовка понятия ?информационная война?. Отличия информационной войны от войн, введущихся традиционными средствами. Соотношение понятий ?информационная война?, ?психологическая война?, ?пропаганда?, ?идеология?, ?терроризм?. Законы и принципы ведения информационных войн.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Две стороны информационной войны. Психологическая война и техническая война: объекты воздействия, формы, методы. Массовое и индивидуальное сознание: уровни, прямые и косвенные методы воздействия, техника создания мифов, оперирование символическим пространством сознания, воздействие на историческое сознание. Этические кодексы PR, социальная и моральная ответственность специалистов по связям с общественностью и рекламе и идеологическая нейтральность. Суггестия, позиционирование, пропагандистские и рекламные кампании в профессиональной деятельности.

Тема 2. Информационное оружие

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Дискуссионность понятия ?информационное оружие?, определения в научной литературе. Классификация информационного оружия: наступательное и оборонительное, информационно-психологическое и информационно-техническое. СМИ и Интернет как информационное оружие. Психотронные, лингвистические и психотропные средства. Средства поражения техники, программного обеспечения, каналов связи. Особенности информационного оружия. Противодействие информационному нападению. Эффективность защиты.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Информационное противоборство в античности и средние века. Пропаганда в Древней Греции, Древнем Риме, средние века. Пропаганда религиозных идей католической и православной церквями. Традиции византийской дипломатии. Книги и брошюры как инструмент информационно-психологического воздействия в период Реформации. ?Индекс запрещенных книг?, его значение в контроле ?над умами?. Конгрегация пропаганды веры: создание, состав, направления работы.

Тема 3. История информационного противоборства с древности до новейшего времени

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Вклад ордена иезуитов в теорию и практику пропаганды. Роль прессы в объяснении императорами проводимых реформ (Петр I, Екатерина II, Александр I). Необходимость поддержки военных действий государства народом: Северная война, Семилетняя война, Отечественная война 1812 г. Пропаганда Наполеона Бонапарта: принципы и методы. Противодействие пропаганде Наполеона в Российской империи.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Средства информационного воздействия в первой мировой войне. Становление теории пропаганды. Этапы воздействия печати на население. Объекты воздействия печати. Управление СМИ в Германии в годы первой мировой войны. Организация пропаганды в странах Антанты. Комитет Д. Криля. Опыт первой мировой войны по вопросу информационного противоборства сторон. Информационное воздействие на подвластное население и противника в годы Второй мировой войны. Аппарат и методы пропаганды в фашистской Германии. Использование радио, телевидения, печати. Советская пропаганда накануне и в годы второй мировой войны. Перестройка системы СМИ. Совинформбюро. Листовки как вид информационного оружия.

Тема 4. Информационные войны в XX в.: масштаб, формы, значение

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Глобализация мира и информационная война. Понятие и значение информационной безопасности в структуре национальной безопасности. Основные положения ?Доктрины информационной безопасности РФ?. Правовые, экономические и организационно-технические методы обеспечения информационной безопасности. Особенности работы с информацией, содержащей государственную тайну и с конфиденциальной информацией в профессиональной деятельности бакалавра по направлению ?реклама и связи с общественностью?.

практическое занятие (8 часа(ов)):

Ознакомление с содержанием федеральных законов РФ ?Об информации, информационных технологиях и защите информации?, ?О государственной тайне?, ?О коммерческой тайне?, ?О персональных данных?. Содержание и механизмы обеспечения информационной безопасности на региональном, местном и ведомственном уровнях. Пути предотвращения информационных войн. Открытое общество, рыночная экономика и будущее России.

Тема 5. Информационная безопасность в современном мире

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Появление понятия информационно-психологической безопасности. Информационное воздействие на личность в современном мире. Манипуляции индивидуальным и массовым сознанием. ?Мыльные оперы?, развлекательные шоу как средство отвлечения от экономических и политических проблем. Понятие манипуляции, ее структура и основные черты. Использование манипуляций на примере рекламы. Манипулятивные приемы в рекламе. Уровни защиты от манипуляций: социальный, социально-психологический, индивидуально-личностный. Содержание и значение каждого уровня. Законодательство о рекламе в РФ, его соответствие принципам информационно-психологической безопасности. Актуальность принятия ФЗ РФ ?О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию?. Общественные организации в защиту личности от негативного информационного воздействия. Социальная ответственность бакалавра по направлению ?реклама и связи с общественностью?.

практическое занятие (8 часа(ов)):

Признаки и суть социального пиара. Мероприятия социального пиара. Социальная реклама как инструмент социального пиара. Развитие социальной рекламы в России и в мире. Значение социального пиара в обеспечении информационно-психологической безопасности личности и общества. Социальный заказ, экономическая выгода и интересы общества.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Информационная война: понятие, элементы, принципы	4		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Информационное оружие	4		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. История информационного противоборства с древности до новейшего времени	4		подготовка к устному опросу	10	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Информационные войны в XX в.: масштаб, формы, значение	4		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
5.	Тема 5. Информационная безопасность в современном мире	4		подготовка к тестированию	18	тестирование
	Итого				58	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Дисциплина 'Информационные войны в современном мире' оснащена учебно-методическим комплексом и литературой, согласно прилагаемому списку. Студенты имеют доступ к сети международного информационного обмена Интернет в компьютерных классах и читальных залах библиотеки университета. Курс состоит из лекционных и практических занятий и самостоятельной работы.

Для улучшения подготовки практикуются такие формы и методы проведения занятий как научные сообщения, обсуждение книг, статей, проведение брифингов, 'круглых столов', пресс-конференций.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Информационная война: понятие, элементы, принципы

устный опрос , примерные вопросы:

Основные технологии информационных войн. Информационно-психологическое воздействие на кризисные ситуации, социально-политические конфликты. Терроризм как инструмент ИВ. Структурные элементы воздействия в ИВ (дезинформирование, лоббирование, манипулирование, пропаганда, управление кризисами, шантаж и вымогательство). Эффективность применения современных информационно-психологических технологий. Противодействие информационно-психологической агрессии на ранних стадиях. Основные этапы мероприятий и аксиомы ИВ. Методика оценки враждебных и агрессивных действий участников информационного противоборства.

Тема 2. Информационное оружие

устный опрос , примерные вопросы:

Информационно-психологические операции (ИПО), как организационная форма реализации концепции ИВ. Основные понятия информационно-психологической операции. Общие принципы проведения информационно-психологических операций. Виды и основные этапы ИПО. Особенности планирования. Компоненты ИПО. Применение технологий политической поляризации страт в ИПО. Механизмы информационных операций. Роль ИПО в современных локальных конфликтах и международных кризисах. Опыт разных стран мира в проведении информационно-психологических операций (США, Россия, ЕС, Китай, Латинская Америка). ИПО в контексте международного права. Образовательные программы и экспериментальные исследования в области информационно-психологических операций. Создание латентных цепочек коммуникационного воздействия и управления. Метод создания коммуникационных цепочек воздействия и управления и его значение в ИВ. Открытые или условно-открытые (для общественного сознания) цепочки коммуникационного воздействия (ЦКВ) и открытые или условно-открытые цепочки коммуникационного управления (ЦКУ). Скрытые (латентные) ЦКВ и ЦКУ и их особенности. Методы построения цепочек коммуникационного управления в политике и бизнесе. Нейтрализация ЦКВ и ЦКУ.

Тема 3. История информационного противоборства с древности до новейшего времени

устный опрос , примерные вопросы:

Качественные изменения вида и содержания управления в информационном обществе. Использование информационных технологий в процессе государственного управления. Воздействие на целевые аудитории средствами информационной войны. Государственная информационная политика России. Задачи государственной информационной политики. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Государственная система информационного управления и противоборства, ее основные подсистемы и законодательная база. Требования к специалисту в области информационных войн.

Тема 4. Информационные войны в XX в.: масштаб, формы, значение

устный опрос , примерные вопросы:

Цели и задачи информационного противоборства в бизнесе. Финансовые и коммерческие структуры как субъекты и объекты ИВ. Роль государственных органов в ИВ в сфере бизнеса. ИВ: терроризм и бизнес. Психологические операции в бизнесе: цели и задачи. Технологии информационного противоборства в процессе развития мирового экономического кризиса. Российский бизнес как субъект и объект в системе глобального информационного противоборства: цели, методы и средства. Мифы и слухи о России, их целевое предназначение в бизнес-среде. Специфика ИВ в российском бизнесе. СМИ как объект пересечения интересов субъектов ИВ. Промышленный шпионаж и его роль в ИВ. Интернет в практике конкурентной разведки. Контролируемые и неконтролируемые утечки информации. Исследование предприятия-конкурента. Атака на нематериальные активы российских банков: опыт кризисного развития (2008-2010гг.). Псевдобанк и его роль в ИВ. Скандалы в информационном поле. Типичные ошибки в ИВ. Технология защиты. ?Газовые войны? Россия-Украина: коммуникационный аспект.

Тема 5. Информационная безопасность в современном мире

тестирование , примерные вопросы:

Опыт применения технологий ИВ в политических кризисах и локальных конфликтах на межгосударственном и межблоковом уровне. Исторический опыт ?Холодной войны? и его последствия для России. Информационное противоборство в грузино-осетинском конфликте. Информационное противоборство США и Венесуэлы. Использование техногенных катастроф в ИВ. Организация скрытого управления системой отношений в информационно-психологическом пространстве конкурента. ?Мягкая власть? и формирование ассоциированных местных политических и бизнес-элит. Особая роль в ИВ субъектов, вовлекаемых в информационное противоборство (СМИ, национальные и наднациональные структуры). К ?новым горизонтам? в информационных войнах. ?Бархатная революция? ? современная технология информационной войны. Понятие ?бархатная революция?. Характерные черты и технологии ?бархатной революции? в контексте ИВ и КМ. Опыт ?бархатных революций? в Европе, Азии и Африке. Применение моделей ?бархатных революций? в бывших республиках СССР. Внешний фактор в осуществлении ?бархатных революций?.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерный вариант контрольной работы

1. Информационная война: анализ существующих определений.

2. Манипулятивные возможности масс-медиа.

Вопросы к зачету

1. Информационная война: становление и содержание понятия.

2. Элементы, принципы, классификация информационных войн.

3. Пропаганда и паблик рилейшенз: сходство и отличия.

4. Информационное оружие: дискуссионность понятия, существующие определения.

5. Классификация информационного оружия.

6. Информационно-психологическая война: зарождение, суть и проявления.

7. Информационно-техническая война: становление, субъекты, объекты, развитие в современном мире.

8. Информационное воздействие в древнем мире.

9. Особенности информационного противоборства в средние века.

10. Орден иезуитов: история, деятельность, значение для теории и практики пропаганды.

11. Пропаганда Наполеона Бонапарта и противодействие ей в России.

12. Цензура во время войны: пути решения вопроса в России, США, Японии во второй половине XIX - нач. XX вв.

13. Этапы пропаганды в годы первой мировой войны.

14. Особенности пропаганды военных блоков в первой мировой войне.

15. Уроки информационно-психологического воздействия и пропаганды в годы первой мировой войны.

16. Становление системы пропаганды в фашистской Германии.

17. Методы и приемы пропаганды в фашистской Германии.

18. Листовки как вид информационного оружия.

19. Пропаганда СССР накануне и в годы ВОВ.

20. Холодная война: анализ информационного противостояния двух систем.

21. Уроки информационной войны во время военных конфликтов Афганистане и Чечне.

22. Место информационной безопасности в системе национальной безопасности Российской Федерации.

23. Обзор основных правовых документов РФ по информационной безопасности.

24. Особенности работы с конфиденциальной информацией и информацией, содержащей государственную тайну.

25. Организационно-технические и экономические методы обеспечения информационной безопасности.

26. Примерный алгоритм действий по обеспечению информационной безопасности пиар-агентства и управления по связям с общественностью.

27. Становление и содержание понятия "информационно-психологическая безопасность".

28. Понятие и структура манипуляции. Манипулятивные приемы в рекламе.

29. Закон РФ "О рекламе": положения, направленные на противодействие манипулированию сознанием.

30. Уровни и варианты защиты от манипулирования сознанием.
31. Социальный пиар и его значение в обеспечении информационно-психологической безопасности личности и общества.
32. Социальная реклама как инструмент социального пиара.
33. Радиовещание и информационные войны.
34. Негативное воздействие телевидения на психологическое состояние личности и общества.
35. Информационные войны и Интернет.
36. Информационное обеспечение кризисных публичных рилейшенз. Примеры эффективной PR-деятельности по преодолению кризисных ситуаций.
37. Неформальные каналы коммуникации: влияние на общественное мнение.
38. Отражение и направление слухов в кризисной ситуации.

7.1. Основная литература:

1. Морозов, А. В. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие: в 2-х ч. Ч. 1. 2. 2. Проектирование в социальной работе / А. В. Морозов. - Казань: Изд-во Казан гос. технол. ун-та, 2008
<http://znanium.com/bookread.php?book=445556>

7.2. Дополнительная литература:

1. Социальная политика: Учеб. пособие / Г.А. Ахинов, С.В. Калашников. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 272 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=166162>

7.3. Интернет-ресурсы:

Россия в цифрах: банк готовых документов // Федеральная служба государственной статистики [Электрон. ресурс] // Доступно из URL: - <http://www.gks.ru/wps/portal>

Всероссийский центр уровня жизни - <http://www.vcsug.ru/>

Президент Российской Федерации: официальный сайт [Электрон. ресурс] // Доступно из URL: - <http://www.kremlin.ru/mainpage.shtml>

Приморский край Российской Федерации: официальный сайт администрации Приморского края [Электрон. ресурс] Доступно из URL: - <http://www.primorsky.ru/>

Ресурсный центр малого предпринимательства [Электрон. ресурс] // Доступно из URL: - <http://www.rcsme.ru/default.asp>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Интернет в рекламе и связях с общественностью" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

принтер

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях .

Автор(ы):

Старшинов А.Н. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.