

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Медиатехнологии и электоральный процесс М1 .ДВ.3

Направление подготовки: 031300.68 - Журналистика

Профиль подготовки: Политическая проблематика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сунцов А.В.

Рецензент(ы):

проф. Идиатуллина К.С., проф. Тузиков А.Р.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

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

Регистрационный No

Казань
2014

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) доцент, к.н. (доцент) Сунцов А.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций , Anton.Suncov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

- понимать природу современного электорального процесса;
- изучить современные медиа технологии;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики взаимодействия со СМИ в рамках избирательного процесса;
- владеть средствами и методами медиа технологий;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения медиа кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения избирательных кампаний в СМИ;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М1.ДВ.3 Общенаучный" основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Курс "Медиа технологии и электоральный процесс" относится к числу базовых курсов в подготовке магистра. На курс "Медиа технологии и электоральный процесс" могут в той или иной степени опираться различные последующие по времени изучения дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение коммуникативных аспектов науки в подготовке магистра.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-11 (общекультурные компетенции)	способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны
ОК-12 (общекультурные компетенции)	владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией
ОК-15 (общекультурные компетенции)	владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-16 (общекультурные компетенции)	владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные составляющие медиа технологий;
- основную терминологию информационных технологий;
- принципы разработки и планирования мероприятий медиа кампаний в рамках электорального процесса;

2. должен уметь:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения медиа коммуникаций;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках медиа кампаний;
- уметь использовать в практической работе полученные знания;

3. должен владеть:

- терминологическим аппаратом информационных технологий;
- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- навыки работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов построения коммуникаций;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области политического PR, средствах массовой информации, экономики, производства, торговли, культуры, спорта, Интернете, социальных сетях;
- оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений;
- участвовать в деятельности по связям с общественностью политической партии, общественной организации (НКО), коммерческого предприятия по обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;
- организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические в рамках традиционных и современных средств распространения информации, в т.ч. Интернет;

- организовать и провести маркетинговое и социологическое исследование: наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью изучения общественного мнения, повышения имиджа и конкурентной позиции PR-субъекта; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных;
- проводить контроль и оценку эффективности мероприятий, проводимых в рамках политических PR-кампаний.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен во 2 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. Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа - планирование, политический маркетинг: общее и особенное. Формы использования СМИ в политических технологиях.	2		2	4	0	устный опрос
2.	Тема 2. Понятия ?медиа-технология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиа-технологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет.	2		2	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, Интернет, нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования.	2		2	4	0	устный опрос
4.	Тема 4. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.	2		2	4	0	устный опрос
5.	Тема 5. Определение, задачи, функции, специфические характеристики медиаисследований. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.	2		2	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Современные технологии предвыборной борьбы. Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология реформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.	2		2	4	0	устный опрос
7.	Тема 7. Правила отношений со СМИ в электоральной ситуации. Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба. Финансовые взаимоотношения со СМИ. Материалы для прессы. Жанры информационной и аналитической публицистики. Работа с радио и телевидением. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения. Организация медиа-архива.	2		2	4	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
8.	Тема 8. Основные черты информационной войны. Методы ведения информационных войн. Информационная война: методологические основания. Информационная кампания. Модель информационной войны. Инструментарий противодействия информационному противнику.	2		2	4	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	экзамен
	Итого			16	32	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа - планирование, политический маркетинг: общее и особенное. Формы использования СМИ в политических технологиях.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятия ?медиатехнология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиатехнологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет. Основные параметры медиапланирования: охват целевой аудитории, основные функции брифа.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Медиа технологии определение, типология, история развития. 2. Место и роль медиа технологий в электоральном процессе. 3. Основные этапы технологического процесса в медиа: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет. 4. Роль стратегического планирования в медиа кампаниях. 5. Основные параметры медиапланирования: охват целевой аудитории, основные функции брифа. 6. Этапы медиапланирования.

Тема 2. Понятия ?медиатехнология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиатехнологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятия ?медиатехнология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиатехнологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет. Основные параметры медиапланирования: охват целевой аудитории, основные функции брифа.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Медиа технологии определение, типология, история развития. 2. Место и роль медиа технологий в электоральном процессе. 3. Основные этапы технологического процесса в медиа: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет. Занятие 2. 1. Роль стратегического планирования в медиа кампаниях. 2. Основные параметры медиапланирования: охват целевой аудитории, основные функции брифа. 3. Этапы медиапланирования.

Тема 3. Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, Интернет, нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, Интернет, нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Занятие 1. 1. Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, 2. Нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). Занятие 2. 1. Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования. 2. Основные понятия в характеристике электронных медиа: ?интерактивность?, ?персонализация информации?, ?служба, сервер, сайт?.

Тема 4. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов. Медиапланирование: понятие, предмет, компоненты. Определение целей и выбор стратегий медиапланирования. Медиаплан и его составляющие.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Медиапланирование: понятие, предмет, компоненты. 2. Определение целей и выбор стратегий медиапланирования. 3. Медиаплан и его составляющие. Занятие 2. Работа в группах. Выполнение кейс-заданий, разработка медиаплана для кандидата в депутаты (политической партии) на выборах разных уровней: федеральный/региональный/местный. Регламент работы: Группа студентов делится на команды по 3-5 человек в каждой. Время работы для разработки проекта до 40 минут, после этого происходит презентация медиаплана в рамках и избирательной кампании. Представление плана кампании может быть как командным, так и индивидуальным, когда план представляет ?руководитель? проекта. Предусматриваются вопросы и ответы на них аудитории. Работа оценивается по двум критериям: индивидуальная работа при обсуждении в команде и командная оценка за проект.

Тема 5. Определение, задачи, функции, специфические характеристики медиаисследований. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение, задачи, функции, специфические характеристики медиаисследований. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Занятие 1. 1. Сущность и виды медиаисследований. 2. Особенности методы исследования печатных СМИ: достоинства и недостатки. 3. Основные направления медиаисследований: медиаизмерения, мониторинг, качественное изучение категорий СМИ. Занятие 2. 1. Медиа анализ как разновидность информационно-аналитической деятельности: структура, этапы, методология. 2. Прикладной характер медиаисследований и медиа измерений.

Тема 6. Современные технологии предвыборной борьбы. Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации. Информационная война: методологические основания. Информационная кампания. Модель информационной войны. Инструментарий противодействия информационному противнику.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Занятие 1. 1. Слухи как коммуникативная технология: коммуникативные характеристики слухов, управление слухам, профилактика и противодействие. 2. Рефрейминг: понятие, виды, особенности использования. 3. Мониторинг как разновидность социологического исследования в рамках электорального процесса: сущность, виды, интерпретации. Занятие 2. 1. Информационная война: истоки, виды и цели информационного противоборства. 2. Информационная оборона и безопасность избирательной кампании. 3. Технические средства осуществления информационной атаки на политического противника. Занятие 3. Тренинг по рефреймингу. Выполнение кейс-заданий, направленных на освоение на практике методик рефрейминга. Регламент работы: Группа студентов делится на пары. Время работы 60 минут. В течение 10-15 минут в каждой паре студенты обмениваются информацией о какой-либо черте характера/привычке их кандидата в депутаты (лидере Партии), которая воспринимается электоратом как негативная. Затем в течение 40 минут каждому участнику необходимо представить негативный фактор с его положительной стороны. Например, медлительность/вдумчивость и т.д. Затем в течение 15 -20 минут происходит общее обсуждение с разбором ошибок и альтернативных вариантов. Предусматриваются вопросы и ответы на них аудитории.

Тема 7. Правила отношений со СМИ в электоральной ситуации. Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба. Финансовые взаимоотношения со СМИ. Материалы для прессы. Жанры информационной и аналитической публицистики. Работа с радио и телевидением. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения. Организация медиа-архива.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба. Финансовые взаимоотношения со СМИ. Материалы для прессы. Жанры информационной и аналитической публицистики. Работа с радио и телевидением. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения. Организация медиа-архива.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Занятие 1. 1. Пресс-служба в избирательной кампании: роль и функциональные обязанности. 2. Материалы для СМИ: виды, особенности. 3. Выполнение кейс-заданий, по составлению документа для СМИ: пресс-релиз, открытое письмо, ?занимательная статья? и т.д. Регламент работы: Время работы 20-30 минут. Задание выполняется индивидуально. Задание 2. 1. Информационная и аналитическая публицистика: понятие, жанры, особенности. 2. Методики оценки эффективности распространения сообщения. 3. Правила организации медиа-архива. Задание 3. Выполнение кейс-заданий, направленных на освоение на практике навыков работы со СМИ в рамках электорального процесса, создание Проекта полного сценария проведения брифинга/пресс-конференции/пресс-тура. Регламент работы: Группа студентов делится на команды по 3-5 человек в каждой. Время работы для разработки проекта до 40 минут, после этого происходит презентация Проекта сценария. Представление выполненной работы может как командным, так и индивидуальным, когда сценарий представляет ?руководитель? группы. Предусматриваются вопросы и ответы на них аудитории. Работа оценивается по двум критериям: индивидуальная работа при обсуждении в команде и командная оценка за проект.

Тема 8. Основные черты информационной войны. Методы ведения информационных войн. Информационная война: методологические основания. Информационная кампания. Модель информационной войны. Инструментарий противодействия информационному противнику.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба. Финансовые взаимоотношения со СМИ. Материалы для прессы. Жанры информационной и аналитической публицистики. Работа с радио и телевидением. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения. Организация медиа-архива.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Пресс-служба в избирательной кампании: роль и функциональные обязанности. 2. Материалы для СМИ: виды, особенности. 3. Выполнение кейс-заданий, по составлению документа для СМИ: пресс-релиз, открытое письмо, ?занимательная статья? и т.д. 4. Информационная и аналитическая публицистика: понятие, жанры, особенности. 5. Методики оценки эффективности распространения сообщения. 6. Правила организации медиа-архива.

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. Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа - планирование, политический маркетинг: общее и особенное. Формы использования СМИ в политических технологиях.	2		подготовка к устному опросу	10	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Понятия ?медиа-технология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиа-технологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет.	2		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, Интернет, нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования.	2		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.	2		подготовка к устному опросу	8	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Определение, задачи, функции, специфические характеристики медиаисследований. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.	2		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
6.	Тема 6. Современные технологии предвыборной борьбы. Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.	2		подготовка к устному опросу	8	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. Правила отношений со СМИ в электоральной ситуации. Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба. Финансовые взаимоотношения со СМИ. Материалы для прессы. Жанры информационной и аналитической публицистики. Работа с радио и телевидением. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения. Организация медиа-архива.	2		подготовка к устному опросу	9	устный опрос
8.	Тема 8. Основные черты информационной войны. Методы ведения информационных войн. Информационная война: методологические основания. Информационная кампания. Модель информационной войны. Инструментарий противодействия информационному противнику.	2		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
	Итого				69	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция;
- лекции с опорой на самостоятельно проработанные источники информации по проблеме.

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;

- проблемная дискуссия;
- применение активных форм обучения;
- индивидуальные и групповые консультации;
- разработка и осуществление собственных проектов/исследований, представление и обсуждение их результатов;
- работа в малых группах, групповые обсуждения.
- коллективное выполнение заданий в подгруппах с последующим представлением результатов и дискуссией.

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

Тема 1. Политическая коммуникация в информационном пространстве, медиа-менеджмент, медиа - планирование, политический маркетинг: общее и особенное. Формы использования СМИ в политических технологиях.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Медиа технологии определение, типология, история развития. 2. Место и роль медиа технологий в электоральном процессе. 3. Основные этапы технологического процесса в медиа: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет. 4. Роль стратегического планирования в медиа кампаниях. 5. Основные параметры медиапланирования: охват целевой аудитории, основные функции брифа. 6. Этапы медиапланирования.

Тема 2. Понятия ?медиа технология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиа технологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, 2. Нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). 3. Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования. 4. Основные понятия в характеристике электронных медиа: ?интерактивность?, ?персонализация информации?, ?служба, сервер, сайт?.

Тема 3. Основные носители информации во время электорального процесса: директ-мейл, пресса, телевидение, радио, носители транзитной информации, Интернет, нетрадиционные носители (специфические характеристики, функции, недостатки и достоинства, особенности использования). Медиамикс: основные функции и задачи, специфические характеристики, особенности использования.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Медиапланирование: понятие, предмет, компоненты. 2. Определение целей и выбор стратегий медиапланирования. 3. Медиаплан и его составляющие.

Тема 4. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Сущность и виды медиаисследований. 2. Особенности методы исследования печатных СМИ: достоинства и недостатки. 3. Основные направления медиаисследований: медиаизмерения, мониторинг, качественное изучение категорий СМИ. 4. Медиа анализ как разновидность информационно-аналитической деятельности: структура, этапы, методология. 5. Прикладной характер медиаисследований и медиа измерений.

Тема 5. Определение, задачи, функции, специфические характеристики медиаисследований. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Слухи как коммуникативная технология: коммуникативные характеристики слухов, управление слухам, профилактика и противодействие. 2. Рефрейминг: понятие, виды, особенности использования. 3. Мониторинг как разновидность социологического исследования в рамках электорального процесса: сущность, виды, интерпретации.

Тема 6. Современные технологии предвыборной борьбы. Технологии популярности. Эффективность источника информации. Легитимизация информации (слухов). Рефрейминг (технология перестроения политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Пресс-служба в избирательной кампании: роль и функциональные обязанности. 2. Материалы для СМИ: виды, особенности. 3. Выполнение кейс-заданий, по составлению документа для СМИ: пресс-релиз, открытое письмо, ?занимательная статья? и т.д.

Тема 7. Правила отношений со СМИ в электоральной ситуации. Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба. Финансовые взаимоотношения со СМИ. Материалы для прессы. Жанры информационной и аналитической публицистики. Работа с радио и телевидением. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения. Организация медиа-архива.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Информационная и аналитическая публицистика: понятие, жанры, особенности. 2. Методики оценки эффективности распространения сообщения. 3. Правила организации медиа-архива.

Тема 8. Основные черты информационной войны. Методы ведения информационных войн. Информационная война: методологические основания. Информационная кампания. Модель информационной войны. Инструментарий противодействия информационному противнику.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Информационная война: истоки, виды и цели информационного противоборства. 2. Информационная оборона и безопасность избирательной кампании. 3. Технические средства осуществления информационной атаки на политического противника.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятия "медиатехнология" и "электоральный процесс".
2. Основные параметры медиапланирования.
3. Место и роль медиа технологий в электоральном процессе.
4. Основные этапы технологического процесса в медиа: ситуационный анализ, "продукт", аудитория, стратегическое планирование, бюджет.
5. Основные носители информации во время электорального процесса.
6. Медиамикс: основные функции и задачи, характеристики.
7. Медиа планирование как разновидность медиатехнологий.
8. Процесс медиапланирования.
9. Определение целей и выбор стратегий медиапланирования.
- 10.
11. Медиаисследования: определение, задачи, функции, характеристики
12. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет.
13. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.
14. Современные технологии предвыборной борьбы.
15. Эффективность источника информации.
16. Легитимизация информации.
17. Рефрейминг: определение, задачи, функции, характеристики.

18. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.
19. Информационная война: методологические основания, модели.
20. Информационная оборона и безопасность избирательной кампании.
21. Технические средства осуществления информационной атаки на политического противника.
- 22.
23. Информационная кампания: определение, задачи, функции, характеристики.
24. Инструментарий противодействия информационному противнику.
25. Пресс-служба избирательного штаба: функциональные обязанности, задачи, структура. Финансовые взаимоотношения со СМИ.
26. Материалы для прессы: виды, особенности.
27. Жанры информационной и аналитической публицистики.
28. Работа с радио и телевидением.
29. Эффективность распространенного сообщения.
30. Медиа-архив: определение, задачи, функции, характеристики.

7.1. Основная литература:

1. Гундарин, М. В. Книга руководителя PR-отдела / М. В. Гундарин. ? СПб.: ПИТЕР, 2006. ? 368 с.
2. Зельнов, А.Б. Связи с общественностью в социальной сфере / А. Б. Зельнов. ? СПб.: Издво Михайлов и партнеры, 2008. ? 510 с.
3. Королько, В. Г. Основы публик рилейшнз / В. Г. Королько. ? Киев, 2003. ? 528 с.
4. Русаков, А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти: учебное пособие / А. Ю. Русаков. ? СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2006.
5. Связи с общественностью как социальная инженерия / В. А. Ачкасова (и др.); под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. ? СПб.: Речь, 2005.
6. Синяева, И. М. Маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева. ? М.: Дашков и К, 2007
7. Татарина, Г. Н. Управление общественными отношениями : учебник / Г. Н. Татарина. ? СПб.: Питер, 2004.
8. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. ? М.: Дело, 2006.

7.2. Дополнительная литература:

1. Брум, Г.М. Публик рилейшнз. Теория и практика: учебное пособие / Г. М. Брум, С. М. Катлип, А. Х. Сентер. ? М.: Вильямс, 2008.
2. Василенко, А. Б. PR крупных российских корпораций / А. Б. Василенко. ? М.: ГУ ВШЭ, 2002.
3. Векслер, А. PR для российского бизнеса / А. Векслер. ? М.: Вершина, 2006.
4. Иванова, К. А. Бесценные советы для настоящего PR-менеджера: устная коммуникация / К. А. Иванова. ? СПб.: Питер, 2006.
5. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: теория и технологии / В. Ф. Кузнецов. ? М.: Аспект-Пресс, 2006.
6. Мюллер, А. П. Организационная коммуникация: структуры и практики / А. П. Мюллер. ? Харьков: Гуманитар. центр, 2005.
7. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилова. ? СПб., 2005.
8. Санаев, А. Русский пиар в бизнесе и политике / А. Санаев. ? М.: Ось-89, 2005.
9. Сухотерин, Л. Я. Информационная работа в государственном аппарате / Л. Я. Сухотерин, И. В. Юдинцев. ? М., 2007.

10. Управление общественными отношениями: учебник. ? М.: Изд-во РАГС, 2005.
11. Худоренко, Е. А. PR-технологии российских корпораций ТЭК / Е. А. Худоренко. ? М.: МГИМО, 2005.
12. Юдина, Е. Н. Креативное мышление в PR / Е. Н. Юдина. ? М.: Рип-холдинг, 2005.

7.3. Интернет-ресурсы:

Журнал "Полис" - <http://www.politstudies.ru/>

Журнал ПОЛИТЭКС" - <http://www.politex.info>

Международный научный журнал "Теория и практика общественного развития" - www.teoria-practica.ru

Сайт посвященный рекламному бизнесу - www.adbusiness.ru

Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Медиатехнологии и электоральный процесс" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

- учебно-наглядные пособия (таблицы, схемы);
- специализированные аудитории (компьютерный класс Кафедры прикладной политологии, мультимедийный класс Кафедры прикладной политологии);
- технические средства обучения (компьютерная техника, аудио-, видеоаппаратура).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.68 "Журналистика" и магистерской программе Политическая проблематика .

Автор(ы):

Сунцов А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

проф. Идиатуллина К.С., проф. Тузиков А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.