

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



подписано электронно-цифровой подписью

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):

Тайсина Эмилия Анваровна

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 941875814

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
ОК11 (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:

- навыки работы пресс-служб и отделов по связям с общественностью и, центров общественных связей, отделов рекламы, коммуникационных агентств;
- методики планирования медийных PR-кампаний во время электорального процесса, вне избирательного процесса и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по данным направлениям;
- базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере политического PR, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- базовые навыки медиапланирования.
- 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 4 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

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные 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		2	4	0	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		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

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные 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		2	4	0	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		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	
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
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)):

практическое занятие (4 часа(ов)):

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 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 аудиторией.

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)):

практическое занятие (4 часа(ов)):

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
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

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной 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		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
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

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	<p>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.</p>	2		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
7.	<p>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.</p>	2		подготовка к устному опросу	9	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной 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		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 переформирования политической ситуации). Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.

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

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Политическая коммуникация в информационном пространстве,
2. Формы использования СМИ в политических технологиях.
3. Понятия "медиатехнология" и "электоральный процесс".
4. Исходные данные, которые применяются при использовании медиатехнологий: ситуационный анализ, "продукт", аудитория, стратегическое планирование, бюджет.
5. Основные носители информации во время электорального процесса:
6. директ-мейл, пресса, телевидение, радио, и т.д.
7. Медиамикс: основные функции и задачи.
8. Изучение исходных данных.
9. Разработка медиаплана, способы его оптимизации.
10. Реализация медиаплана.
11. Анализ полученных результатов.
12. Определение, задачи, функции, специфические характеристики медиаисследований.
13. Исследование различных видов СМИ: пресса, телевидение, радио, Интернет.
14. Мониторинг медианосителей: функции, цели, задачи, основные способы мониторинга.
15. Современные технологии предвыборной борьбы.
16. Технологии популярности.
17. Эффективность источника информации.
18. Легитимизация информации (слухов).
19. Рефрейминг (технология переформирования политической ситуации).
20. Социологические исследования, мониторинги и их интерпретации.
21. Правила отношений со СМИ в электоральной ситуации.
22. Функциональные обязанности пресс-службы избирательного штаба.
23. Финансовые взаимоотношения со СМИ.
24. Материалы для прессы.
25. Жанры информационной и аналитической публицистики.
26. Работа с радио и телевидением.
27. Экспресс-анализ эффективности распространенного сообщения.
28. Организация медиа-архива.
29. Основные черты информационной войны.
30. Методы ведения информационных войн.
31. Информационная война: методологические основания.
32. Информационная кампания.
33. Модели информационной войны.

34. Инструментарий противодействия информационному противнику.

7.1. Основная литература:

1. Венкова А. В., Конева А. В., Спивак Д. Л. Социальные трансформации культуры: наблюдаемые тенденции и перспективы // СПб.: Эйдос, 2013. - 326 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=11922>
2. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с. // <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=329134>
3. Тим Ву Главный рубильник. Расцвет и гибель информационных империй от радио до интернета. - М.: Издательство "Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 382 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=13478>

7.2. Дополнительная литература:

1. Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен. Учебное пособие. - СПб.: Издательство "СПБКО", 2009. - 417 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=12383>
2. Худоренко Е.А. Коммуникационные технологии международных корпораций: учебное пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 335 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6367>

7.3. Интернет-ресурсы:

- HR-сообщество и публикации - www.hr-portal.ru
Издательский дом "Питер" - www.iworld.ru
Международный научный журнал "Теория и практика общественного развития" - www.teoria-practica.ru
Рекламный бизнес - 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):

Тайсина Эмилия Анваровна _____

"__" _____ 201__ г.