

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



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:

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

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

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. Сунцов А.В. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук, 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:

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. 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	
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	

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	
4.	Тема 4. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.	2		2	4	0	
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	

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	
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	

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

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятия ?медиа технология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиа технологий: 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)):

Средства распространения медийного сообщения в рамках электорального процесса. 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)):

Медиа планирование как разновидность медиатехнологий. Процесс медиапланирования. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.

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.

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)):

Медиаисследования в структуре медиатехнологий. 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)):

Современные технологии предвыборной борьбы. 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.

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)):

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.

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.

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				

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Понятия ?медиатехнология? и ?электоральный процесс?. Исходные данные, которые применяются при использовании медиатехнологий: ситуационный анализ, ?продукт?, аудитория, стратегическое планирование, бюджет.	2				
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				
4.	Тема 4. Изучение исходных данных. Разработка медиаплана, способы его оптимизации. Реализация медиаплана. Анализ полученных результатов.	2				

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				
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				

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				
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				
	Итого				0	

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.

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

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.

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

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

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.

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.

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

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Оперативный контроль - устный опрос.
2. Рубежный контроль - тестирование.
3. Итоговый контроль - зачет.

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 публичных отношений / 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. Публичных отношений. 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:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

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

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.