

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
А.В. Егоров

« 28 » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Регистрационный № УД- 6105-21уч.

## **ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальностей  
1-23 01 06 «Политология (по направлениям)»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 1-23 01 06-2021, учебного плана по специальности 1-23 01 06 «Политология (по направлениям)».

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Н.Ю.Веремеев, доцент кафедры политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат политических наук

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

И.А.Чувилев, доцент кафедры международных отношений учреждения образования «Белорусский государственный университет», кандидат политических наук;

В.Г.Шендрик, доцент кафедры философии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат философских наук, доцент,

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 12 от 17.05.2024)

Методической комиссией по гуманитаризации учебного процесса, идеологической и воспитательной работе, по специальностям «Психология», «Социология», «Политология (по направлениям)», «Политология», «Философия», «Экономика» (профилизации «Экономическая психология (на английском языке)», «Экономическая социология», «Экономика образования») (протокол № 6 от 04.06.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 9 от 27.06.2024).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Политическая коммуникация» является дисциплиной профилизации для студентов, обучающихся по специальностям 1-23 01 06 «Политология (по направлениям)», 6-05-0312-01 «Политология».

Учебная программа по учебной дисциплине «Политическая коммуникация» направлена на формирование у студентов знаний, умений и навыков, которые являются неотъемлемым компонентом их профессиональной подготовки. Содержание учебной программы нацелено на систематизацию, обобщение и передачу знаний в области современных политических технологий, ознакомление студентов со спецификой осуществления коммуникации в политической сфере, средствами и методами рекламной деятельности. Необходимость изучения теоретического и практического опыта политической коммуникации в настоящее время обусловлена также расширением рынка информационных и коммуникационных услуг, возрастанием роли информационных процессов в жизни общества. В данной дисциплине теоретические знания в области политического управления согласуются с приобретением обучающимися навыков принятия управленческих решений в организациях.

**Цель** учебной дисциплины «Политическая коммуникация» – формирование навыков анализ теоретических концепций и моделей политической коммуникации, изучение направлений взаимодействия субъектов политики с социальной средой в целях завоевания и удержания политической власти, реализации властно-управленческих отношений.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- определение роли и места политических коммуникаций в структуре социально- политических знаний;
- формирование навыков организации и планирования информационно-коммуникационных стратегий субъектов политики;
- понимание основных тенденций развития в современном информационном обществе различных форм политической коммуникации, в том числе и с использованием Интернета, как универсальной коммуникационной среды;

В результате изучения учебной дисциплины «Экономическая политология» формируются следующие **компетенции**:

**специализированная:**

СК-36. Использовать коммуникативные технологии взаимодействия организации с ее целевыми группами, с общественностью в целом; быть способным самостоятельно применять методы политической науки в конструировании и сопровождении политических технологий; владеть методами и технологиями проведения политических кампаний.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

**знать:**

- категориальный аппарат и содержание основных терминов и понятий, связанных с политической коммуникацией;
- особенности научных подходов к анализу политической коммуникации;

- механизмы коммуникативного воздействия на социальные и политические процессы в современном обществе;

- специфику коммуникативного взаимодействия и влияния политической коммуникации в медиасреде;

**уметь:**

- анализировать основные элементы политической системы общества;

- применять информационно-коммуникативные технологии поддержки и сопровождения деятельности государственных организаций, политических партий, общественно - политических объединений;

- чётко и грамотно аргументировать свою позицию при обсуждении актуальных проблем внутренней и внешней политики Республики Беларусь;

**владеть:**

- базовыми научно-теоретическими знаниями для решения теоретических и практических задач в области политического управления;

- навыками подготовки аналитических материалов;

- методами и технологиями подготовки политических и административных решений;

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Политическая коммуникация» входит в модуль «Дисциплины направления специальности 1-23 01 06-03 «Политология (политический менеджмент)» компонента учреждения высшего образования.

Учебная дисциплина «Политическая коммуникация» связана с учебными дисциплинами ««Политический менеджмент, маркетинг и реклама»», «Теория политики», «Теория государственного управления»

Форма получения высшего образования: дневная.

В соответствии с учебными планами университета на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 54 часа, из них лекции – 24 часа, семинарские занятия – 30 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр – лекции 24 часа, семинарские занятия – 30 часов.

Самостоятельная работа студента – 54 часа.

Трудоемкость – 3 зачетные единицы.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### Раздел 1. Политическая система и коммуникация

#### **Политическая коммуникация в современном обществе.**

Основные понятия политической коммуникации: государство, гражданское общество, политика, информация, коммуникация, политический процесс, политическая социализация, политическое поле и др.

Коммуникация. Основные подходы и трактовки понятия «политические коммуникации». Базовые модели политической коммуникации. Теории политической коммуникации (Г.Алмонд, К.Дойч, Ю.Хабермас).

Виды коммуникации. Функции коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, практическая. Структура политической коммуникации. Специфика политической коммуникации.

Коммуникация и информация. Коммуникация и современное общество. Коммуникативный процесс. Информация. Виды информации. Информационное пространство. Информационное поле. Роль информации в обществе. Взаимодействие государства и СМИ. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации»

Стратегии политической коммуникации. Проблемы политической коммуникации в постиндустриальном обществе. СМИ как канал политической коммуникации. Развитие СМИ в Республике Беларусь.

Политическая коммуникация в Республике Беларусь: особенности, направления развития и перспективы.

#### **Виды и формы политической коммуникации.**

Персональные политические коммуникации. Электоральные коммуникации. Уровни политической коммуникации: семантический, технический, инфлуентальный.

Средства политической коммуникации. Ресурсы коммуникативной деятельности. Типы коммуникативных сетей.

Массовая коммуникация. Понятие массовой коммуникации. Возникновение массовой коммуникации. Виды массовой коммуникации. Основные функции и структура массовой коммуникации. Модели массовой коммуникации. Г. Лассуэлл, П. Лазарфельд, Р. Мертон, М. Маклюэн и их взгляда на роль массовой коммуникации в обществе.

Понятие «политическая кампания». Информационная кампания как комплекс взаимосвязанных коммуникационных действий. Цели, структура, содержание и типы информационных кампаний. Электронное управление (правительство).

Современные тенденции развития массовой коммуникации. Массовая коммуникация в Республике Беларусь.

## **Раздел 2. Политическая коммуникация: инструменты и технологии**

Субъекты и объекты политической коммуникации. Государство и политическая коммуникация. Основные функции государства в сфере политической коммуникации. Контроль над средствами политической коммуникации как ресурс политической власти.

Коммуникации политических институтов. Гражданское общество. Роль публичной сферы в формировании гражданского общества (Ю. Хабермас).

Отношения гражданского общества и государства. Влияние политической коммуникации на гражданское общество.

Политическая коммуникация в деятельности политических партий и общественных организаций. Пресс- службы и их роль в системе политических институтов.

Личность как субъект политической коммуникации. Формы политического участия личности. Личность в политической коммуникации. Коммуникатор. Имидж управленца как фактор политической коммуникации.

Политический лидер как субъект политической коммуникации. Лидер и лидерство. Феномен лидерства. Факторы, влияющие на проявление лидерства. Типология политического лидерства. Типы лидеров. М.Вебер. З. Фрейд, Дж. Максвелл. А. Манеготи. М. Херманн. Ж.Блондель.

СМИ в политике. Техника и технологии СМИ. Общественное мнение. Массовая коммуникация как инструмент формирования общественного мнения.

Информационные технологии в государственном управлении. «Government relations» (GR), как технология связей с государством и органами государственной власти. Понятия «электронное правительство» и «электронная государство».

Общественное мнение и политические коммуникации. Понятие общественного мнения. Механизмы формирования общественного мнения. Исторические формы существования общественного мнения - элитарное и массовое. История исследований общественного мнения. У. Липпман, П. Бурдьё, Ю. Хабермас, З. Ноэль - Нойман, Дж. Циллер.

Общественное мнение и политический процесс. Общественное мнение как элемент политической социализации. Роль политической коммуникации в формировании общественного мнения.

## **Раздел 3. Механизмы и инструменты политической коммуникации**

**Каналы политической коммуникации.** Особенности и принципы информационно-аналитической работы. Источники информации и базы данных в политических коммуникациях. Информационные службы органов государственной власти. Информационные агентства. Новостные ленты. Ньюсмейкеры. Политическая экспертиза. «Фабрики мысли».

Убеждение. Убеждение как способ воздействия. Виды и функции убеждения. Методы убеждения. Убеждающая коммуникация. Техники убеждающей коммуникации: техника внимания, доверия, интерпретации и подкрепления.

Методы психологического влияния: внушение, подражание, заражение (Г. Лебон, С. Сигеле, В.М. Бехтерев). «Законы подражания» Г. Тарда.

Технологии ПР (связи с общественностью) в современных политических коммуникациях. Сущность понятия ПР - «связи с общественностью» (public relations) в сфере политики. Становление и развитие ПР как области профессиональной деятельности (А. Ли, Э. Бернайз, Ж. Сегеле, К. Роуб и др.). Модели PR – коммуникаций: модель пресс-агентства, модель информирования общественности, модель двусторонней симметричной коммуникации.

Соотношение понятий и функций PR и политическая коммуникация, PR и реклама, PR и пропаганда. «Политический PR» как совокупность управленческих действий.

Политическая коммуникация и пропаганда. Сущность понятия «политическая пропаганда». Функции политической пропаганды. Виды и формы политической пропаганды. Теории пропаганды (Г. Лассуэлл, У. Липпман, Дж. Дьюи).

Пропаганда как механизм информационного воздействия. Приёмы и методы пропагандистского воздействия. Манипуляция и пропаганда. Манипулятивные техники в политической пропаганде.

Имиджмейкинг. Технологии конструирования и продвижения политических имиджей. Определение имиджа. Методика «идеального портрета» в построении имиджа. Конструирование и продвижение политических имиджей. Защита имиджа. Имидж Республики Беларусь на международной арене.

#### **Раздел 4. Интернет как пространство политической коммуникации**

Интернет и формирование нового типа политических коммуникаций. Специфика политической коммуникации в сети Интернет. «Новые медиа», «онлайн-медиа», «сетевые медиа». «Диджитализация» СМИ и современный «медиапродукт».

Модернизация политических институтов и процессов в условиях функционирования интернет-сообщества. Политическое «медиа планирование» и информационная работа в Интернет-пространстве. Особенности онлайн-ресурсов и их отличия от традиционных СМИ.

Интернет инструменты и технологии в политике и управлении. Имиджевые технологии в политической интернет-коммуникации. Политическое брендинг в сети Интернет. Технологии организации и проведения избирательных кампаний в сети Интернет. Фандрайзинг в Интернет: технологии вовлечения в политическую деятельность.

Социальные медиа – как современный инструмент политики. Ценностно-нормативные аспекты функционирования интернет-сообщества. Социальные сети и мессенджеры. Политический «блогинг» и формирование имиджа политика. Критерии эффективности информационных кампаний в сети Интернет. Политическая экспертиза и ее роль в политическом управлении. Политическое консультирование.

## **Раздел 5 Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности.**

Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности. Воздействие политической коммуникации на аудиторию. Информационно-психологическое воздействие. Политические коммуникации – как способ управления массами. Особенности политического конфликта. Управление конфликтами. Пути и политические средства урегулирования политических конфликтов. Роль политических коммуникаций.

Современные информационно-коммуникационные технологии и политическое управление: угрозы и вызовы. Информационно-психологические войны в современной политике. Феномен информационных войн в сети Интернет и его воздействие на политические процессы в интернет-сообществе.

Информационные войны: сущность, особенности, цели, технологии. Информационное противоборство и его виды: борьба с системами управления, Электронная борьба, «кибернетическая» и «сетевая» борьба, «хакерская» борьба. Концепция «информационного господства» и её практическое применение.

Концепция информационной безопасности Республики Беларусь.



## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ»

### Дневная форма получения общего высшего образования

Номер раздела	Название раздела	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия			семинарские занятия
Раздел 1.	Политическая система и коммуникация	4						[1]; [2]; [3]; [15]; [18]; [19]		
	Политическая система и коммуникация			6				[1]; [2]; [3]; [15]; [18]; [19]	Опрос, рефераты, презентации	
Раздел 2	Политическая коммуникация: инструменты и технологии	6						[4]; [6]; [12]; [15]; [16]; [23]		
	Политическая коммуникация: инструменты и технологии			6				[4]; [6]; [12]; [15]; [16]; [23]	Опрос, рефераты, презентации	
Раздел 3	Механизмы и инструменты политической коммуникации	6						[4]; [7]; [8]; [10]; [14]; [15]		
	Механизмы и инструменты политической коммуникации			6				[4]; [7]; [8]; [10]; [14]; [15]	Опрос, рефераты, презентации	
Раздел 4	Интернет как пространство политической коммуникации	4						[29]; [30]; [1]; [18]; [20]; [22]		
	Интернет как пространство политической коммуникации			6				[29]; [30]; [1]; [18]; [20]; [22]	Опрос, рефераты, презентации	
Раздел 5	Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности	4						[29]; [30]; [1]; [2]; [13]; [17]		
	Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности			6				[29]; [30]; [1]; [2]; [13]; [17]	Опрос, рефераты, презентации	
<b>Всего часов</b>		<b>24</b>		<b>30</b>					<b>Зачет</b>	

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## Литература

**Основная:**

1. Политические технологии в системе управления социумом: учебно-методическое пособие / Н. Н. Малишевский. – Минск: Республиканский институт высшей школы, 2020. – 227 с.
2. Чуешов, В.И. Политические технологии в медиасфере: учебное пособие / В.И. Чуешов, И.И. Таркан. – Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2024. – 192 с.

**Дополнительная:**

3. Акопов, Г. Л. Политика и Интернет: монография / Г.Л. Акопов. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 202 с.
4. Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа: учебно-методическое пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2020. – 133 с.
5. Бернейс, Эдвард. Пропаганда / Эдвард Бернейс – Санкт-Петербург: Питер, 2021. – 219, [2] с.
6. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу : монография / С. В. Володенков. – Москва: Проспект, 2021. – 413 с.
7. Детинко, Ю. И. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа: Монография / Детинко Ю.И., Куликова Л.В. – Красноярск: СФУ, 2017. - 168 с.
8. Евдокимов, В. Политическая коммуникация и масс-медиа в контексте глобализации / В. Евдокимов. – М., 2013. – 196 с.
9. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации: учебное пособие / В. Б. Кашкин. – 8-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2022. – 223, [1] с.
10. Кузьмина, Е.А. Современный механизм политической коммуникации / Е.А. Кузьмина. – М., 2013. – 248 с.
11. Лекторова, Ю. Ю. Диалог власти и общества в условиях дигитализации политической коммуникации : учебное пособие / Ю. Ю. Лекторова, А. Ю. Прудников. – Пермь : ПНИПУ, 2022. – 95 с.
12. Модели и практики управления политическим контентом в online-пространстве современных государств в эпоху постправды: монография / Н. А. Рябченко [и др.]. – 2-е изд., стереотипное. – Москва : Флинта, 2023. – 335, [1] с.
13. Перепелица, Е. В. Государство и общество: концептуальные основы сетевой коммуникации / Е. В. Перепелица. – Минск: Право и экономика, 2021. – 303 с.
14. Потребление смыслов: массмедиа, идеология, политика / И. А. Николайчук, М. М. Янгляева, Т. С. Якова. - Москва : ИКАР, 2021. - 363 с.
15. Почепцов, Г.Г. Информационные войны. Новый инструмент политики / Г.Г. Почепцов. – М., 2015. – 256 с.

16. Редюхина, А.В. Новые медиаканалы в политических коммуникациях / А.В. Редюхина. – Москва, 2011. – 128 с.
17. Технологии управления общественным мнением: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова, О. В. Милаева [и др.]. – М. ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 241 с. : ил.
18. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие / В. А. Франц; Уральский федерал. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. – Москва: Юрайт, 2020. – 131 с.
19. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие / А.П. Чудинов. – 7-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2021. – 256 с.
20. Язык СМИ и политика / Под ред. Г. Я. Солганика. – Москва, 2012. – 952 с.

### **Нормативные правовые акты:**

21. Конституция Республики Беларусь с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г. и 27 февраля 2022 г. – Минск: НЦПИ Республики Беларусь, 2022. – 80 с.
22. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 декабря 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 октября 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 ноября 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 5 января 2024 г. № 347-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
23. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2015.- № 4. – С. 2- 99.
24. Об утверждении программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. [Электронный ресурс]: Указ Президента Респ. Беларусь, 29 июля 2021, № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100292>. – Дата доступа: 10.05.2024.

### **Интернет-ресурсы:**

25. Национальная библиотека Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2006-2024. – Режим доступа: <http://www.nlb.by>.
26. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. Pravo.by[Электронный ресурс]. – 2003-2024. - Режим доступа: <http://pravo.by>.
27. Палата представителей национального собрания Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2024. – Режим доступа: <http://house.gov.by/ru>.
28. Президент Республики Беларусь. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <http://www.president.gov.by>.
29. Совет министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа:<http://www.government.by/ru/>.
30. Совет Республики Национального собрания Республики Беларусь [Электронный ресурс].– 2024. – Режим доступа: <http://sovrep.gov.by/ru/>.
31. Центральная комиссия Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов [Электронный ресурс]. – 2024. – Режим доступа: <http://rec.gov.by>.

## Перечень вопросов для проведения зачета

1. Понятие, характеристика и уровни политической коммуникации.
2. Роль политической коммуникации в современном обществе и ее основные функции.
3. Основные теоретические подходы к анализу информационно-коммуникационных процессов.
4. Политическая коммуникация в системе властных отношений и политики.
5. Типы коммуникативных сетей
6. Способы кодирования информации в политической коммуникации.
7. Определение каналов политической коммуникации.
8. Технологии, формы и методы работы с адресатом политической коммуникации. Целевые группы.
9. Формальная и неформальная политическая коммуникация: методы и сферы применения.
10. Основные подходы к анализу информационно-коммуникационных процессов.
11. Персональные политические коммуникации.
12. Электоральные коммуникации.
13. Массовая коммуникация. Виды массовой коммуникации.
14. Коммуникации органов власти. Лоббизм.
15. Политический лидер как субъект политической коммуникации.
16. Государственные институты как субъекты коммуникации.
17. Общественные организации и политические партии как субъекты коммуникации.
18. Группы интересов и группы давления как субъекты политики.
19. Политическая коммуникация в деятельности политических партий и общественных организаций.
20. Связи с общественностью в структуре органов государственной власти и управления в Республике Беларусь.
21. Виды и формы политической пропаганды.
22. Средства массовой информации и их политическая роль.
23. СМИ и власть: механизм взаимодействия.
24. Механизмы и инструменты формирования общественного мнения
25. Общественное мнение – объект политических коммуникаций.
26. Цели и задачи PR в политике.
27. Технологии формирования, разрушения и защиты имиджа.
28. Бренд и брендинг в политике.
29. Политическая агитация и пропаганда. Приемы и методы убеждающего воздействия.
30. Коммуникативные процессы в период выборов. СМИ в избирательной кампании.
31. Технологии предвыборной агитации.

32. Агитационно-пропагандистская деятельность в Республике Беларусь.
33. Специфика, структура и функции политической рекламы. Виды политической рекламы.
34. Стилистические особенности текстов политической рекламы.
35. Информационные войны: формы, средства и принципы проведения.
36. Государственная информационная политика: основные направления, субъекты, объекты, ресурсы реализации.
37. Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности.
38. Современные информационно-коммуникационные технологии и политическое управление: угрозы и вызовы.
39. Феномен информационных войн в сети Интернет и его воздействие на политические процессы в государствах современного мира.
40. СМИ в информационной политике государства. Механизмы регулирования взаимоотношений государства и СМИ.
41. СМИ в Республике Беларусь. Современное состояние и перспективы развития.
42. Государственная политика в области информационной безопасности.
43. Имидж страны, основные факторы его формирования.
44. Имидж управленца как фактор политической коммуникации.
45. «Диджитализация» СМИ и современный «медиапродукт». Особенности онлайн-ресурсов и их отличия от традиционных СМИ.
46. Коммуникационный потенциал сети Интернет.
47. Критерии эффективности информационных кампаний в сети Интернет.
48. Электронное правительство в структуре политических коммуникаций.
49. «Телеграмм-технологии» и их применение в политических кампаниях.
50. Социальные сети в Интернет как инструмент и средство политической коммуникации.

## Перечень тем рефератов

1. Формальная и неформальная политическая коммуникация: методы и сферы применения.
2. Основные подходы к анализу информационно-коммуникационных процессов.
3. Коммуникации органов власти. Лоббизм.
4. Политический лидер как субъект политической коммуникации.
5. Государственные институты как субъекты коммуникации.
6. Общественные организации и политические партии как субъекты коммуникации.
7. Группы интересов и группы давления как субъекты политики.
8. Связи с общественностью в структуре органов государственной власти и управления в Республике Беларусь.
9. Виды и формы политической пропаганды.
10. Средства массовой информации и их политическая роль.
11. СМИ и власть: проблема взаимодействия.
12. Механизмы формирования общественного мнения.
13. Общественное мнение – объект политических коммуникаций.  
Механизмы формирования общественного мнения.
14. Технологии формирования, разрушения и защиты имиджа.
15. Бренд и брендинг в политике.

## **Организация самостоятельной работы студентов**

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 54 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, рефератов и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- подготовку к сдаче промежуточной аттестации.

Для управления учебным процессом формируются учебно-методические комплексы.

### **Контроль качества усвоения знаний**

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- экспресс-опрос на аудиторных занятиях;
- реферат.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

## Методика формирования отметки по учебной дисциплине

По основным формам текущего контроля каждому студенту должна быть выставлена отметка. Знания студентов оцениваются по 10-балльной шкале в соответствии с критериями оценки знаний и компетенций студентов, разработанными Министерством образования Республики Беларусь.

Балл успеваемости по результатам основных форм текущего контроля рассчитывается по формуле

$$Г_{осч} = \frac{\sum_{i=1}^n Г_{осч_i}}{m_{осч}},$$

где  $n$  – количество полученных студентом отметок;

$Г_{осч}$  – отметка по  $i$ -той форме основного контроля;

$m_{осч}$  – количество основных форм контроля.

При значении  $Г_{осч}$  меньше 4 баллов без округления до целого студент не допускается кафедрой к экзамену по дисциплине. Дальнейшая процедура допуска осуществляется в соответствии с положением о проведении текущей аттестации студентов в БГЭУ.

Балл успеваемости на практических занятиях рассчитывается по формуле

$$Г_{пр} = \frac{\sum_{i=1}^n Г_{пр_i}}{n + m_n},$$

где  $n$  – количество полученных студентом отметок;

$Г_{пр}$  – отметка, полученная студентом на  $i$ -том практическом занятии;

$m_n$  – количество практических занятий, пропущенных без уважительной причины.

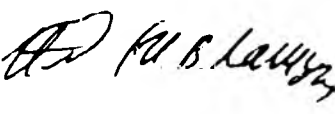
Средневзвешенный балл ( $Г_{св}$ ) текущей успеваемости рассчитывается по формуле:

$$Г_{св} = Г_{осч} \times 0,6 + Г_{пр} \times 0,4.$$

Итоговая отметка по дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на зачете на соответствующие весовые коэффициенты (коэффициент средневзвешенного балла – 0,4; коэффициент отметки на зачете – 0,6).



**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ  
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Психология управления	Экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности	Замечаний и предложений нет 	Учебную программу по учебной дисциплине «Политическая коммуникация» рекомендовать к утверждению (протокол № <u>10</u> от <u>28.05.2024</u> )