

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

А.В. Егоров

«30» 06 2025

Регистрационный № УД-6640-25 /уч.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальностей
6-05-0312-01 «Политология»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0312-01-2023, учебного плана по специальности 6-05-0312-01 «Политология».

СОСТАВИТЕЛЬ:

К.И. Костиневич, старший преподаватель кафедры политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат политических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Д.В. Белявцева, начальник Центра социологических и политических исследований Белорусского государственного университета, кандидат политических наук, доцент;

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 № 14 от 21.05.2025)

Методической комиссией по учебным дисциплинам социально-гуманитарного модуля, по специальностям «Психология», «Социология», «Политология (по направлениям)», «Политология», «Философия», «Экономика» с профилизациями «Экономическая психология», «Экономическая социология»
(протокол № 4 от 30.05.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 6 от 15.06.2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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. Актуальность данной учебной программы обусловлена ускоренным развитием информационных процессов, которые активно проникают в политическую сферу, что требует усвоения знаний о политической коммуникации будущими специалистами-политологами.

Значимость и 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 преподавания учебной дисциплины – 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 «Политическая коммуникация» формируется следующая компетенция:

специализированная:

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;

иметь навык:

- решения теоретических и практических задач в области политического управления;

- подготовки аналитических материалов;

- применения методов и технологий 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 относится к модулю «Дисциплины профилизации «Политический менеджмент» компонента учреждения высшего образования.

Связи с другими учебными дисциплинами – учебная дисциплина «Политическая коммуникация» базируется на таких изученных ранее учебных дисциплинах, как ««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:

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

Самостоятельная работа студента – 54 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Политическая система и коммуникация.

Тема 1.1 Понятие и сущность политической коммуникации.

Коммуникация и информация. Виды информации. Основные подходы и трактовки понятия «политические коммуникации». Основные понятия политической коммуникации. Виды коммуникации. Функции коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, практическая. Структура политической коммуникации. Специфика политической коммуникации. Информационное пространство. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации».

Тема 1.2 Место политической коммуникации в политической системе.

Системный подход к пониманию политической коммуникации. Структурно-функциональный подход к политической коммуникации. Кибернетический подход к политической коммуникации. Сетевой подход к политической коммуникации. Теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса.

Тема 1.3 Базовые модели политической коммуникации.

Модель политической коммуникации Г. Лассуэлла. Модель коммуникации П. Лазарсфельда. Модель коммуникации Дж. Гербнера. Модель коммуникации У. Шрамма и П. Осгуда. Модель коммуникации М. Дефлёра. Модель коммуникации Б. Уэсли и М. Маклина. Модель коммуникации Г. Малецке. Модель коммуникации Дж. Райли и М. Райли. Модели коммуникации Ж.-М. Коттрэ и К. Синн. Модель коммуникации Я. Бордвика и Б. ван Каама. Модель коммуникации П. Ворстера. Модель коммуникации И.М. Дзялошинского.

Тема 1.4 Виды и формы политической коммуникации.

Персональные политические коммуникации. Электоральные коммуникации. Уровни политической коммуникации: семантический, технический, инфлуентальный. Понятие массовой коммуникации. Возникновение массовой коммуникации. Виды массовой коммуникации. Основные функции и структура массовой коммуникации. Типы коммуникативных сетей. Информационная кампания как комплекс взаимосвязанных коммуникационных действий. Цели, структура, содержание и типы информационных кампаний. Электронное управление (правительство).

Раздел 2. Субъекты и каналы политической коммуникации.

Тема 2.1 Субъекты политической коммуникации.

Субъекты политической коммуникации. Виды политических коммуникаторов. Государство и политическая коммуникация. Основные функции государства в сфере политической коммуникации. Контроль над средствами политической коммуникации как ресурс политической власти. Этапы развития

политической системы Республики Беларусь и трансформация политической коммуникации.

Тема 2.2 Гражданское общество как политический коммуникатор.

Коммуникации политических институтов. Гражданское общество. Отношения гражданского общества и государства. Влияние политической коммуникации на гражданское общество. Политическая коммуникация в деятельности политических партий и общественных организаций.

Тема 2.3 Каналы политической коммуникации.

Понятие и виды каналов политической коммуникации. Традиционные каналы политической коммуникации. Политическая коммуникация в сети Интернет. Техника и технологии медиа. История развития информационного пространства в Республике Беларусь. Работа каналов политической коммуникации в Республике Беларусь.

Тема 2.4 Аудитория как объект политической коммуникации.

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

Раздел 3. Механизмы и инструменты политической коммуникации.

Тема 3.1 Технологии PR и пропаганды в современных политических коммуникациях.

Сущность понятия PR (public relations) в сфере политики. Становление и развитие PR 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. PR в государственном управлении.

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. Манипулятивные техники в политической пропаганде.

Тема 3.2 Имиджмейкинг в современных политических коммуникациях.

Определение имиджа. Методика «идеального портрета» в построении имиджа. Конструирование и продвижение политических имиджей. Защита имиджа. Технологии конструирования и продвижения политических имиджей. Имидж государственных органов.

Раздел 4. Политическая коммуникация в цифровом пространстве.

Тема 4.1 Интернет и формирование нового пространства политической коммуникации.

Специфика политической коммуникации в сети Интернет. «Новые медиа», «онлайн-медиа», «сетевые медиа». «Диджитализация» СМИ и современный «медиапродукт». Политическое «медиа планирование» и информационная работа в Интернет-пространстве. Социальные сети и мессенджеры.

Тема 4.2 Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности.

Современные информационно-коммуникационные технологии и политическое управление: угрозы и вызовы. Феномен информационных войн в сети Интернет и его воздействие на политические процессы в интернет-сообществе. Информационная сфера в Концепции национальной безопасности Республики Беларусь. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ»

Дневная форма получения общего высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия			семинарские занятия
6 семестр										
1	Раздел 1. Политическая система и коммуникация.									
Тема 1.1	Понятие и сущность политической коммуникации	2						[1, 3], [7, 9]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Понятие и сущность политической коммуникации			2				[1, 3], [7, 9]	Экспресс-опрос, презентации, реферат	
Тема 1.2	Место политической коммуникации в политической системе	2						[1, 3], [7, 9, 10]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Место политической коммуникации в политической системе			2				[1, 3], [7, 9, 10]	Экспресс-опрос, презентации	
Тема 1.3	Базовые модели политической коммуникации	2						[1, 3], [7–9]	Экспресс-опрос	
	Семинарские занятия. Базовые модели политической коммуникации			4				[1, 3], [7–9]	Экспресс-опрос, презентации	
Тема 1.4	Виды и формы политической коммуникации	2						[1, 3], [7–9]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Виды и формы политической коммуникации			2				[1, 3], [7–9]	Экспресс-опрос, презентации	
2	Раздел 2. Субъекты и каналы политической коммуникации.									
Тема 2.1	Субъекты политической коммуникации	2						[1–3], [4–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Субъекты политической коммуникации			2				[1–3], [4–16]	Экспресс-опрос, презентации, реферат	
Тема 2.2	Гражданское общество как политический коммуникатор	2						[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Гражданское общество как политический коммуникатор			2				[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос, презентации	
Тема 2.3	Каналы политической коммуникации	2						[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Каналы политической коммуникации			2				[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос, презентации	

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний	
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия			семинарские занятия
Тема 2.4	Аудитория как объект политической коммуникации	2						[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Аудитория как объект политической коммуникации			2				[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос, презентации	
3	Раздел 3. Механизмы и инструменты политической коммуникации.									
Тема 3.1	Технологии PR и пропаганды в современных политических коммуникациях	2						[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Технологии PR и пропаганды в современных политических коммуникациях			2				[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос, презентации, реферат	
Тема 3.2	Имиджмейкинг в современных политических коммуникациях	2						[1, 3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарские занятия. Имиджмейкинг в современных политических коммуникациях			4				[1, 3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос, презентации, реферат	
4	Раздел 4. Политическая коммуникация в цифровом пространстве									
Тема 4.1	Интернет и формирование нового пространства политической коммуникации	2						[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос	
	Семинарские занятия. Интернет и формирование нового пространства политической коммуникации			4				[1–3], [4–9, 12–16]	Экспресс-опрос, презентации	
Тема 4.2	Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности	2						[1–3], [4, 6, 9]	Экспресс-опрос	
	Семинарское занятие. Политическая коммуникация и проблема информационной безопасности			2				[1–3], [4, 6, 9]	Экспресс-опрос, презентации	
Итого 6 семестр		24		30					Зачет	
Всего часов		24		30						

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Малишевский, Н. Н. Политические технологии в системе управления социумом: учебно-методическое пособие / Н. Н. Малишевский. – Минск : Республиканский институт высшей школы, 2020. – 227 с.

2. Посталовский, А. В. Информационные вызовы и социально-политические конфликты современности : учебно-методическое пособие : [для студентов, магистрантов и аспирантов, обучающихся по специальности "Политология"] / А. В. Посталовский, О. А. Посталовская. – Минск : РИВШ, 2022. – 71 с.

3. 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:

4. Акопов, Г. Л. Политика и Интернет : монография / Г. Л. Акопов. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 202 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/4155. - ISBN 978-5-16-009930-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2194982> (дата обращения: 12.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

5. Бернейс, Э. Пропаганда / Э. Бернейс – СПб. : Питер, 2021. – 219, [2] с.

6. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу : монография / С. В. Володенков. – М. : Проспект, 2021. – 413 с.

7. Куликова, Л. В. Политическая коммуникация : опыт мультимодального и критического дискурс-анализа / Л. В. Куликова, Ю. И. Детинко ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2017. – 168 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497082> (дата обращения: 12.05.2025). – Библиогр.: с. 134-159. – ISBN 978-5-7638-3468-0. – Текст : электронный.

8. Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа: учеб.-метод. пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. – Тамбов : Издат. дом «Державинский», 2020. – 133 с.

9. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации: учебное пособие / В. Б. Кашкин. – 8-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2022. – 223, [1] с.

10. Костиневич, К. И. Политическая коммуникация: теоретические подходы к исследованию взаимодействий власти и общества в Республике Беларусь / К. И. Костиневич // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2019. – Вып. 12. – С. 606–615.

11. Костиневич, К. И. Высшие органы государственной власти как субъекты политической коммуникации власти и общества в Республике Беларусь / К. И.

Костиневич // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2021. – Вып. 14. – С. 645–654.

12. Лекторова, Ю. Ю. Диалог власти и общества в условиях дигитализации политической коммуникации : учеб. пособие / Ю. Ю. Лекторова, А. Ю. Прудников. – Пермь : ПНИПУ, 2022. – 95 с.

13. Модели и практики управления политическим контентом в online-пространстве современных государств в эпоху постправды : монография / Н. А. Рябченко [и др.]. – 2-е изд., стереотипное. – М. : Флинта, 2023. – 335, [1] с.

14. Перепелица, Е. В. Государство и общество: концептуальные основы сетевой коммуникации / Е. В. Перепелица. – Минск: Право и экономика, 2021. – 303 с.

15. Технологии управления общественным мнением : учеб. пособие / В.О. Шпаковский [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2019. — 240 с. - ISBN 978-5-9729-0306-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1053381> (дата обращения: 12.05.2025). – Режим доступа: по подписке.

16. Франц, В. А. Управление общественным мнением: учебное пособие / В. А. Франц; Урал. федерал. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. – М. : Юрайт, 2020. – 131 с.

Нормативные правовые акты:

1. Конституция Республики Беларусь : с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 фев. 2022 г. // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2025).

21. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь : Решение Всебелорусского народ. собрания от 25 апр. 2024 г. № 5 // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2025).

22. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь : Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь от 18 марта 2019 г. № 1 // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2025).

Интернет-источники:

23. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by>.

24. Палата представителей национального собрания Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://house.gov.by>.

25. Президент Республики Беларусь. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.president.gov.by>.

26. Совет министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.by>.

27. Совет Республики Национального собрания Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sovrep.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. Примеры успешных и неудачных политических кампаний в истории.
4. Политическая коммуникация и межкультурное взаимодействие: барьеры и пути их преодоления.
5. Коммуникации органов власти. Лоббизм.
6. Политический лидер как субъект политической коммуникации.
7. Государственные институты как субъекты коммуникации.
8. Общественные организации и политические партии как субъекты коммуникации.
9. Группы интересов и группы давления как субъекты политики.
10. Лидеры мнений и их влияние на политическую коммуникацию.
11. Информационные агентства и их роль в политической коммуникации.
12. Политические консультанты как субъекты политической коммуникации.
13. Международные организации и их участие в политической коммуникации.
14. Политические блоги и блогеры: новая сила в политической коммуникации.
15. Связи с общественностью в структуре органов государственной власти и управления в Республике Беларусь.
16. Политическая коммуникация в кризисах и чрезвычайных ситуациях.
17. Виды и формы политической пропаганды.
18. Средства массовой информации и их политическая роль.
19. СМИ и власть: проблема взаимодействия.
20. Влияние цифровых технологий на PR-кампании в политике.
21. Методы и стратегии политической пропаганды в социальных сетях.
22. Роль инфлюенсеров в политической коммуникации и PR.
23. Использование мемов и вирусного контента в политическом PR.
24. Роль фейковых новостей и дезинформации в политической пропаганде.
25. Эволюция политического PR: от традиционных СМИ к цифровым платформам.
26. Этика и границы использования пропаганды в политических кампаниях.
27. Механизмы формирования общественного мнения.
28. Общественное мнение – объект политических коммуникаций. Механизмы формирования общественного мнения.
29. Технологии формирования, разрушения и защиты имиджа.
30. 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.

Контроль качества усвоения знаний

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

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

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

Текущая аттестация по учебной дисциплине, модулю проводится три раза в семестр.

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

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.

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 <i>ЭД (Ч. В. Савчук)</i>	Учебную программу по учебной дисциплине «Политическая коммуникация» рекомендовать к утверждению (протокол № 14 от 21.05.2025)