**Список вопросов к зачету по учебной дисциплине**

**«Политическая коммуникация»**

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.