**СИЛЛАБУС**

**Осенний семестр 2020-2021 уч. год**

**по образовательной программе «Политические коммуникации»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код дисциплины** | **Название дисциплины** | **Самостоятельная работа студента (СРС)** | **Кол-во часов**  | **Кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | **Лаб. занятия (ЛЗ)** |
|  | Политические коммуникации  | 6 | 15 | 15 |  | 5 |  |
| **Академическая информация о курсе** |
| **Вид обучения** | **Тип/характер курса** | **Типы лекций** | **Типы практических занятий** | **Кол-во СРС** | **Форма итогового контроля** |
|  |  |  |  | 6 | экзамен |
| **Лектор** | Абжаппарова Айгуль Абдумуталиповна |  |
| **e-mail** | aigul.abzhapparova@gmail.com. |
| **Телефоны**  | 87081864165 |

|  |
| --- |
| **Академическая презентация курса** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Цель дисциплины** | **Ожидаемые результаты обучения (РО)** В результате изучения дисциплины обучающийся будет способен: | **Индикаторы достижения РО (ИД)** (на каждый РО не менее 2-х индикаторов) |
| сформировать способности у студентов к пониманию политических коммуникаций, проводить анализ теоретических концепций и моделей политической коммуникации, обеспечивающей взаимодействие субъектов политики, направленных на получение, сохранение или изменение существующих властно-управленческих отношений. | - понимать сущность и функции политической коммуникации; структуру и модели политических коммуникаций, информационно-коммуникативную среду политических акторов в современном мире  | ИД 1.1. знать основные концепции политической коммуникацииИД 1.2 классифицировать основные виды, формы и средства коммуникационных процессов в политике |
| - интерпретировать современные иституциализированные каналы политических коммуникаций; классифицировать основные виды и этапы политической коммуникации;  | ИД 2.1. определять основные модели политической коммуникацииИД 2.2 классифицировать методы и технологии средств массовой коммуникацииИД 2.3 анализировать эффективность технологии СМК |
| - применять методы политической коммуникации при анализе современных политических процессов; | ИД 3.1. интерпретировать роль интернет технологии в процессе политической коммуникации;ИД 3.2 оценивать эффективность коммуникационных технологии в процессе политической кампании; ИД 3.3 различать место и роль применения информационных и коммуникационных технологии в политической кампании. |
| - осуществить анализ политических коммуникаций наиболее конкурентоспособных стран актуальных для практики в Республике Казахстан. | ИД 4.1. применять информационно-коммуникационные технологии в политическом процессе;ИД 4.2 оценивать эффективность применения информационно-коммуникационные технологии в политическом процессе; ИД 4.3 сравнивать роль различных средства коммуникационные технологии в политической жизни страны. |
| - реализовывать полученные знания в профессиональной практике, а затем в трудовой деятельности, применять политические знания, необходимые для адаптации к новым политическим реалиям. | ИД 5.1. критиковать эффективность применения СМК в конкретных политических процессах;ИД 5.2 разрабатывать информационно-коммуникационные программы; ИД 5.3 обобщать результаты эффективности политической коммуникации |
| **Пререквизиты**  | Политическая культура и мировые идеологии  |
| **Постреквизиты** | Политический менеджмент |
| **Литература и ресурсы** | 1. 1. Aalberg T. Populist Political Communication in Europe. Routledge, 2016. — 412 p.

2. Политическая коммуникация. Теория, образование, опыт : учеб. пос. : в 2 ч. Ч. 1 : Исследование и преподавание политической коммуникации / З. Ф. Хубецова ; науч. ред. С. Г. Корконосенко. — М. : ООО «Смелый дизайнер», 2017. — 142 с.3. Алексеенко А., Жусупова А., Илеуова Г. и др. Социальный портрет современного казахстанкского общества.- А.: ИМЭП при Фонде Первого Президента, 2015 г. 4. Drezner, Daniel and Henr y Farrell. “The Power an d Politics of Blogs.” In Proceedings of the Annual Meeting of the American Political Science Association, 2014.5. Анохина Н.В., Малаканова О.А. Политическая коммуникация // Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / под ред. Е.Ю. Мелешкиной. М: "Инфра-М", 2017. 302 с. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Академическая политика курса в контексте университетских морально-этических ценностей**  | **Правила академического поведения:** Всем обучающимся необходимо зарегистрироваться на МООК. Сроки прохождения модулей онлайн курса должны неукоснительно соблюдаться в соответствии с графиком изучения дисциплины. **ВНИМАНИЕ!** Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов! Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания учебного курса, а также в МООК.**Академические ценности:**- Практические/лабораторные занятия, СРС должна носить самостоятельный, творческий характер.- Недопустимы плагиат, подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах контроля.- Студенты с ограниченными возможностями могут получать консультационную помощь по е-адресу aigul.abzhapparova@gmail.com. |
| **Политика оценивания и аттестации** | Критериальное оценивание: оценивание результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами, проверка сформированности компетенций (результатов обучения, указанных в цели) на рубежном контроле и экзаменах.Суммативное оценивание: оценивание присутствия и активности работы в аудитории; оценивание выполненного задания, СРС (проекта / кейса / программы / …). Представляется формула расчета итоговой оценки. Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается по следующей формуле: , где РК – рубежный контроль; МТ – промежуточный экзамен (мидтерм); ИК – итоговый контроль (экзамен).  |

**Календарь (график) реализации содержания учебного курса**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Неделя  | Название темы | РО | ИД | Кол-во часов | Максимальный балл | Форма оценки знаний | Форма проведения занятия/платформа |
| **Модуль 1** **Теоретико-методологические основы исследования информационно-коммуникативных процессов в политике.** |  |
| 1 | **Л1.** Сущность политической коммуникации | РО 1 | ИД 1.1. | 2 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 1 | **СЗ .** Генезис концепции политической коммуникации | РО 1  | ИД 1.1. | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 2 | **ЛЗ .** Теории политической коммуникации | РО1 | ИД 1.2ИД 1.3 | 2 |  |  | Видеолекция в MS Teams  |
| 2 | **СЗ** Виды и формы политических коммуникаций |  | ИД 1.1. | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 3 | **Л3.** Модели политической коммуникации |  |  |  |  |  |  |
| 3 | **СЗ** Базовые модели политической коммуникации |  |  |  | 8 |  |  |
| 3 | **СРСП 1 Консультация по выполнению** 1. Изучите выбранную модель (концепция, преимущества, эффективность, доказуемость).
2. Критически оцените выбранную модель коммуникации (приведите примеры критической оценки других исследователей и дайте собственную оценку).
3. Обоснуйте или опровергните эффективность выбранной модели в современное время.
 |  |  |  | 5 |  | Вебинар в MS Teams |
| 3 | **СРС 1.** Раскройте суть коммуникативной модели: «Теория пули» Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б.Берельсона. Концепция«установки повестки дня». Теория «спирали молчания» Э.Ноэль-Нойман | РО 1 | ИД 1.6 |  | 25 | Логическое задание |  |
| **Модуль П** |
| 4 | **Л3.** СМИ, как основной канал коммуникации в современном обществе | РО1  | ИД 1.4. | 1 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 4 | **СЗ** Теоретические основы анализа современной массовой коммуникации |  |  |  | 8 |  |  |
| 5 | **Л3.** Неформальные коммуникации |  |  |  |  |  |  |
| 5 | **СЗ** Неформальные коммуникации: слухи политические мифы, как элемент политической борьбы |  |  |  | 8 |  |  |
| 5 | **СРСП 2 Консультация по выполнению СРС 2**1. Изучите концепции и теории возникновения политической мифологии и политического юмора.
2. Сделайте сравнительный анализ циркуляции политической мифологии/юмора в современную эпоху и другие периоды времени (с XIX века до 2000 годов):
3. Приведите примеры политического юмора и политической мифологии в повседневности.
 |  |  |  | 5 |  | Вебинар в MS Teams |
| 5 | **СРС 2** Политическая мифология. Политический юмор | РО 1 | ИД 1.6 |  | 20 | Логическое задание |  |
| 5 | **Составить структурно-логическую схему прочитанного материала**  |  |  |  | 10 |  |  |
| 5 | **РК 1** |  |  |  | 100 |  |  |
| 6 | **ЛЗ** Планирование и ведение избирательной кампании | РО 1 | ИД 1.5 | 2 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 6 | **СЗ** Общие принципы ведения избирательных кампаний. | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 7 | **ЛЗ** Government Relations |  |  |  |  |  |  |
| 7 | **СЗ.** Приведите примеры Government Relations  | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 | 1 | 8 | Анализ | вебинар в MS Teams |
| 8 | **ЛЗ.** Стратегические политико-коммуникационные кампании: общие черты и отличительные особенности | РО 2 | ИД 2.1ИД 2.2ИД 2.3 | 2 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 8 | **СЗ** Роль СМК в политической кампании | РО 2 | ИД 2.1ИД 2.2ИД 2.3 |  | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 8 | **СРСП 3 Консультация по выполнению СРС 3**1. Студенты должны разделиться на группы по (3-4 человек).
2. Выбрав масштаб избирательной кампании (президентские, губернаторские, парламентские и т.п. выборы), определить основные направления планирования избирательной кампании.
3. Определить основные целевые аудитории избирательной кампании, методы взаимодействия с ними.
 |  |  |  | 5 |  | Вебинар в MS Teams |
| 8 | **СРС 3** Разработать стратегию избирательной кампании | РО 1 | ИД 1.6 |  | 25 | Логическое задание |  |
| **Модуль 2 Коммуникативные технологии в политике** |
| 9 | **ЛЗ** Средства массовой коммуникации в поле действия социально-политических сил |  |  |  |  |  |  |
| 9 | **СЗ** «Проблема целенаправленного отбора и «фильтрации» сведений для освещения в СМК: модели Д. Уайта, Дж. Макнелли, Й. Галтунга и М. Руге. | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 | 2 | 8 | Анализ | вебинар в MS Teams |
| 10 | **ЛЗ.**. Интернет-коммуникация в политической сфере: новые проблемы и новые возможности | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 | 2 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 10 | **СЗ** Электронное правительство» стран Западной и Восточной Европы, Америки, Азии: сравнительный анализ**.** | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 |  | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 10 | **СРСП 4 Консультация по выполнению СРС 4**1. Изучите выбранную модель (концепция, преимущества, эффективность, доказуемость).
2. Критически оцените выбранную модель коммуникации (приведите примеры критической оценки других исследователей и дайте собственную оценку).
3. На конкретном примере (президентские или парламентские выборы любого государства за период 2000-2020 гг.) обоснуйте или опровергните эффективность выбранной модели в современное время.
 |  |  |  | 5 |  | Вебинар в MS Teams |
| 10 | **СРС 4** Нормативная модель стратегической политико-коммуникационной кампании (К. Новак, К. Варнерид). Модели иерархии эффектов политико-коммуникационного воздействия (М. Рэй). Модель процесса кумулятивного коммуникационного эффекта (С. Чаффи, Ч. Роузер) | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2ИД 3.3ИД 3.4. |  | 25 | Проблемное задание |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | **МТ (Midterm Exam)** |  |  |  | 100 |  |  |
| 11 | **ЛЗ** Современные информационные войны и информационная безопасность. |  |  |  |  |  |  |
| 11 | **СЗ** Внешнеполитические аспекты информационных войн. Угрозы информационной безопасности государства. | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 12 | **ЛЗ.** Негативные коммуникативные технологии | РО 3 | ИД 3.3 | 1 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 12 | **СЗ** черный ПР | РО 3 | ИД 3.1И.Д 3.2 | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 12 | **СРСП 6 Консультация по выполнению СРС 5**1. Студенты должны разделиться на группы по (3-4 человек).2. Выбрав масштаб избирательной кампании (президентские, губернаторские, парламентские и т.п. выборы), определить основные каналы коммуникации с населением. 3. Разработать основные меседжи для целевой аудитории изьирательной кампании.4. Определить уровни эффективности информационно-коммуникационной программы. |  |  |  | 5 |  | Вебинар в MS Teams |
| 12 | **СРС5** Разработка информационно-коммуникационной программы политической кампании (выборы, пропаганда и т. д.) | РО 3 | ИД 3.3 |  | 25 | Проблемное задание |  |
| 13 | **ЛЗ.** Технологические аспекты «бархатных» революций | РО 3 | ИД 3.4 | 1 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 13 | **СЗ** Технологические аспекты и результаты бархатных революций 90-х по настоящее время.  | РО 3 | ИД 3.4 | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 14 | **ЛЗ.** Власть-коммуникации-общество: технологии взаимодействия. | РО 4 | ИД 4.1ИД 4.2ИД 4.3 | 1 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
| 14 | **СЗ** Проведите сравнительный анализ использования PR-технологии (2 или 3 страны мира) ) | РО 4. 5 | ИД 4.1ИД 4.2ИД 4.3 | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
| 15 | **ЛЗ**. Международные особенности этики в политических коммуникациях. | РО 5 | ИД 5.1ИД 5.2ИД 5.3 | 1 |  |  | Видеолекция в MS Teams |
|  | **СЗ** Проведение контентного анализа казахстанской политической коммуникации | РО 5 | ИД 5.1ИД 5.2ИД 5.3 | 1 | 8 | Анализ | Вебинар в MS Teams |
|  | **СРСП 7 Консультация по выполнению СРС 6**1. Выбрать любое средство казахстанского СМИ (газета, телеканал, интернет портал, социальная сеть).
2. Определить основной «политический вопрос», за период с 2017-2019 гг., провести контент-анализ по выбранному вопросу.
 |  |  |  | 5 |  | Вебинар в MS Teams |
|  | **СРС 6** Политическая коммуникация в современных казахстанских СМИ. Контент – анализ | РО 5 | ИД 5.1ИД 5.2ИД 5.3 |  | 25 | Анализ |  |
|  | **Тест** |  |  |  | 10 |  |  |
|  | **РК 2** |  |  |  | 100 |  |  |

[С о к р а щ е н и я: ВС – вопросы для самопроверки; ТЗ – типовые задания; ИЗ – индивидуальные задания; КР – контрольная работа; РК – рубежный контроль.

З а м е ч а н и я:

- Форма проведения Л и ПЗ**:** вебинар в MS Teams/Zoom(презентация видеоматериалов на 10-15 минут, затем его обсуждение/закрепление в виде дискуссии/решения задач/...)

- Форма проведения КР**:** вебинар (по окончании студенты сдают скрины работ старосте, староста высылает их преподавателю) / тест в СДО Moodle.

- Все материалы курса (Л, ВС, ТЗ, ИЗ и т.п.) см. по ссылке (см. Литература и ресурсы, п. 6).

- После каждого дедлайна открываются задания следующей недели.

- Задания для КР преподаватель выдает в начале вебинара.]

Декан

Председатель методбюро

Заведующий кафедрой

Лектор