СРС

Общий требования

1. Все семинары должны быть сданы до истечения срока дедлайна (Суббота 23.00).
2. Любая письменная работа должна состоять из 4 частей: введение, основная часть, заключение, список использованных источников (не менее 3-4 источников).
3. Требования к оформлению письменных работ: шрифт Times New Roman, KZ Times New Roman; размер шрифта - 12pt; межстрочный интервал- одинарный; абзацный отступ - 1 см; книжная ориентация.
4. Уникальность письменной работы должна быть не ниже 75%.
5. Работы, которые были отправлены по истечению срока дедлайна или с высоким % плагиата будут автоматически аннулированы!

**СРС 1.** Манипуляции в политической рекламе. Технологии создания имиджа кандидата. Целевые группы потребителей. СМИ в политической рекламе. Эффекты политической рекламной коммуникации

1. Выбрать одну их указанных тематик.
2. Изучить теории и концепции о выбранной тематике.
3. На конкретном примере разобрать технологии выбранной тематике.
4. Предложить свои идей и введения по выбранной тематике.

**СРС 2** Особенности лоббистской деятельности США, Канады, Европы и постсоветских стран.

1. Выбрать лоббистскую политику конкретной страны.
2. Исследовать особенности, преимущества и недостатке лоббистскую политику конкретной страны.
3. Доказать или опровергнуть эффективность реализации выбранной лоббистской политики в Казахстане.

**СРС 3** Неформальные коммуникации: слухи политические мифы, как элемент политической борьбы. Требования к работе:

А) Студенты должны рассмотреть роль слухов в политической коммуникации.

В) Выбрать одно из двух:

Сделать сравнительный анализ политических слухов современности и любого периода истории (советский период, 19 век и т.п.).

На конкретном примере изучить циркуляцию политического слуха.

С) Изучить и предложить методы борьбы с политическими слухами.

**СРС 4** Разработать стратегию избирательной кампании (кандидата/партии)

1. Студенты должны разделиться на группы (по 3-4 человек).
2. Определить основные направления деятельности избирательной кампании: программа, целевая аудитория и т.п.
3. Выбрать основные направления избирательной кампании

**СРС 5** Информационные технологии агитационно-пропагандистского и марткетингового типа. Технологии паблик рилейшнз (ПР). Компьютерные технологии на информационном политическом рынке.

1. Выбрать одну их указанных тематик.
2. Изучить теории и концепции о выбранной тематике.
3. На конкретном примере разобрать эффективность выбранной тематики.

**СРС 6** Профилактические процедуры и пути предупреждения повторения политических конфликтов

1. Выбрать определенный (завершенный) политический конфликт (национальный или международный).
2. Рассмотреть методы и технологии завершения выбранного конфликта.
3. Оценить эффективность профилактических процедур и путей предупреждения повторения конфликта.
4. Предложить свои идей по профилактике и предотвращению конфликта.

**СРС 7** Технологии управления масс (теория и практика)

1. Исследовать способы и технологии управления массами (Ноам Хомский, Доценко Е. Л., С.Г.Кара-Мурза и другие).
2. На конкретном примере докажите или опровергните эффективность технологии управления массами.
3. Предложите собственные методы управления массами.