

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Факультет политологии
кафедра социологии и психологии политики

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета политологии
МГУ имени М.В. Ломоносова
профессор А.Ю. Шутов
31 августа 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Тренинг политических коммуникаций»

Уровень высшего образования:
Магистратура

Направление подготовки / специальность:
41.04.04 – Политология

Направленность (профиль)/специализация ОПОП:
Общая политология

Форма обучения:
Очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании кафедры социологии и психологии политики
(протокол № 11 от 19 мая.2021)

Москва 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки «магистратура», реализуемой последовательно по схеме интегрированной подготовки, в редакции приказа МГУ от 29 декабря 2018 г (с учетом изменений 10 июня 2021 г.).

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Тренинг политических коммуникаций» относится к блоку дисциплин магистерской программы по выбору студента вариативной части ОПОП ВО.

Освоение данной дисциплины необходимо для формирования профессиональных компетенций выпускника МГУ и базируется на знаниях и умениях, полученных в результате изучения дисциплин профессиональной подготовки, составляющих базовую и вариативную часть ОПОП.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия:

Освоение данной дисциплины необходимо для формирования профессиональных компетенций выпускника МГУ и базируется на знаниях и умениях, полученных в результате изучения дисциплин профессиональной подготовки, составляющих базовую часть ОПОП («Политическая социология и психология», «Современная российская политика», «Сравнительная политология», «Мировая политика и международные отношения», «Государственная политика и управление», «Политическая конфликтология», «История социально-политических учений зарубежных стран», «История социально-политических учений России») и ориентирована на формирование политико-управленческих, консультативных, коммуникативных компетенций у студентов.

Для освоения дисциплины «Тренинг политических коммуникаций» необходимы базовые политологические знания, базовые психологические знания (из курсов «Социальная психология», «Политическая социология», «Политическая психология»), владение информационными и компьютерными технологиями.

Теория политики. Методология политической науки

Политическая социология

Политическая психология

Политическая коммуникация

Современная российская политика: теория, методология, прикладной анализ

Сравнительная политология: современные проблемы и направления исследований

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)	
Знать:	основные принципы выстраивания политических коммуникаций; специфику работы с разными инструментами политических коммуникаций; психологическую природу, структуру, определяющие эффективность политических коммуникаций; факторы, влияющие на политические коммуникации.

<p>Уметь:</p> <p>использовать различные инструменты политических коммуникаций; планировать политико-коммуникационную кампанию.</p>
<p>Владеть / иметь навык (опыт):</p> <p>методиками работы с массовым сознанием и медиаструктурами; навыками создания стратегии политических коммуникаций. опыт политических коммуникаций.</p>

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
УК–М1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, формулировать научно обоснованные гипотезы, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности	Индикатор УК-М1.1 Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применяет системный подход для решения поставленных задач	<p>Знает главные направления философии в их историческом измерении, характеризующем межкультурное разнообразие общества</p> <p>Умеет ориентироваться в мировоззренческой проблематике, связанной с системным решением социальных и профессиональных задач</p> <p>Владеет способностью к междисциплинарному синтезу</p>
ОПК- М 1 Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) в соответствии с видом деятельности в учебной, научной, профессиональной и социально-культурной сферах общения на основе применения современных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и интеллектуально-	Индикатор ОПК-М1.1. Выстраивает коммуникацию в мультикультурной политической среде на основе применения современных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и интеллектуально-нравственной культуры России и зарубежных стран	<p>Знает деловую и интеллектуально-нравственную культуру России и зарубежных стран</p> <p>Умеет применять современные коммуникативные технологии</p> <p>Умеет коммуницировать в политической среде на государственном языке РФ, используя знания о деловой и интеллектуально-нравственной культуре России и зарубежных стран</p> <p>Владеет навыками устного и письменного профессионального общения на государственном языке РФ</p>

нравственной культуры России и зарубежных стран		
ОПК- М 2 Способен ставить и решать коммуникативные задачи в различных форматах взаимодействия, управлять процессами информационного обмена в различных коммуникационных средах, а также формировать коммуникативные системы посредством применения передовых специализированных информационно-коммуникационных технологий и программных средств в соответствии с видом деятельности	Индикатор ОПК-М2.1. Ставит и решает коммуникативные задачи в различных форматах взаимодействия, управляет процессами информационного обмена в различных коммуникационных средах, а также формирует коммуникативные системы, применяя передовые специализированные информационно-коммуникационные технологии и программные средства	Знает современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства Умеет решать коммуникативные задачи профессиональной деятельности, используя специализированные информационно-коммуникационные технологии и программные средства Владеет технологиями решения коммуникативных задач профессиональной деятельности посредством современных информационных средств
ПК-М1. Способен самостоятельно выявлять актуальные научные проблемы политологии, разрабатывать методологический и методический инструментарий политологического исследования применительно к конкретному объекту изучения.	Индикатор ПК-М1.1. Выявляет актуальные научные проблемы политологии, разрабатывает методологический и методический инструментарий политологического исследования применительно к конкретному объекту изучения	Знает основы теории, методологии и методику политической науки Умеет использовать на практике теоретический, методологический и методический инструментарий политологии Владеет способами применения методов политологического исследования к конкретному объекту изучения
ПК–М2. Способен применять знания о содержании основных направлений и течений социально-политической и политико-	Индикатор ПК-М2.1. Применяет знания о содержании основных направлений и течений социально-политической и	Знает об основных направлениях и течениях социально-политической и политико-философской мысли, наиболее значимых доктринах, теориях, концепциях политики Умеет применять для решения научно-исследовательских задач знания об основных направлениях и течениях социально-

философской мысли, наиболее значимых доктрин, теорий, концепций политики для решения научно-исследовательских задач различного уровня в сфере политологии.	политико-философской мысли, наиболее значимых доктрин, теорий, концепций политики для решения научно-исследовательских задач различного уровня в сфере политологии	политической и политико-философской мысли, наиболее значимых доктринах, теориях, концепциях политики Владеет навыком отбора и анализа подходящих для конкретного исследования политологических доктрин, теорий и концепций
ПК- М 3 Способен самостоятельно генерировать, разрабатывать и реализовывать программы научных исследований в сфере политических процессов и отношений	Индикатор ПК-М3.1. Разрабатывает и реализовывает программы научных исследований в сфере политических процессов и отношений	Знает основные этапы проведения политологического исследования Умеет разрабатывать и реализовывать программу политологического исследования Владеет навыками разработки и реализации научного исследования политических процессов и отношений
ПК- М 6 Способен пользоваться современными методами получения, обработки, интерпретации и презентации политической (политологической) информации (в том числе представленной в табличной и диаграммной формах) для решения научных и практических задач	Индикатор ПК-М6.1. Пользуется современными методами получения, обработки, интерпретации и презентации политической (политологической) информации (в том числе представленной в табличной и диаграммной формах) для решения научных и практических задач	Знает специфику работы с политической (политологической) информацией Умеет получать политическую (политологическую) информацию и применять ее для решения научных и практических задач Владеет современными методами получения, обработки, интерпретации и презентации политической (политологической) информации
ПК- М 17 Способен самостоятельно определять тему политологического (политического) проекта, его цели и задачи, разрабатывать план реализации проекта	Индикатор ПК-М17.1. Самостоятельно определяет тему политологического (политического) проекта, его цели и задачи, разрабатывает план реализации проекта	Знает основные этапы разработки и реализации политологического (политического) проекта Умеет определять тему, цель, задачи политологического (политического) проекта, составлять его план Владеет навыками планирования и осуществления политологического (политического) проекта
М-ПК-3	Индикатор М-ПК-3	Знает теории политической власти и

Способность применять знания о теориях политической власти и российской политической традиции в проведении прикладных исследований.	Применяет знания о теориях политической власти и российской политической традиции в проведении прикладных исследований	<p>русской политической традиции в проведении прикладных исследований</p> <p>Умеет применять знания о теориях политической власти и русских политических традициях к анализу политической действительности</p> <p>Владеет приемами и методами проведения прикладных исследований политической действительности</p>
---	--	--

4. Объем дисциплины (модуля)

Составляет 4 з.е., в том числе 38 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 106 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

5.1. Структура дисциплины (модуля) по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий (в строгом соответствии с учебным планом)

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе		Форма промежуточного контроля (при наличии)	Всего
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы	Самостоятельная работа обучающегося, часы		
		Занятия лекционные	Занятия		

		ого типа	семина рского типа			
Тема 1. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики.	10	-	4	6	СЗ, КР	10
Тема 2. Формирование имиджа и бренда	20	-	6	14	КР	20
Тема 3. Стратегия работы с медиаструктурами	16	-	4	12	ДЗ	16
Тема 4. Политическая пропаганда и агитация	22	-	4	18	СП, Р/Д	22
Тема 5. Политический ПР и политическая реклама	18	-	6	12	СЗ, КР	18
Тема 6. Неформальные политические коммуникации	18	-	4	14	КР	18
Тема 7. Политические коммуникации в Интернет-пространстве.	22	-	6	16	ДЗ, КР	22
Тема 8. Рекомендательный маркетинг в политике	18	-	4	14	СЗ	18
Самостоятельная работа:	-	-	-	-	-	
<i>Творческая работа (эссе)</i>	-	-	-	-	-	
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	-	-	-	-	-	
Вид промежуточной аттестации экзамен	-	-	-	-	-	
Итого		0	38	106		

5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование разделов дисциплин	Содержание разделов дисциплин
1.	Тема 1. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики.	<p>Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики, их структура и специфика.</p> <p>Политические коммуникации: сущность и функции. Структура политических коммуникаций. Теории</p>

		<p>политических коммуникаций.</p> <p>Уровни политических коммуникаций. Их функции и процессы. Направления политических процессов.</p> <p>Политические коммуникации как стратегия. Планирование коммуникационной кампании в политике. Долгосрочные и краткосрочные стратегии политических коммуникаций.</p> <p>Средства политических коммуникаций.</p>
2.	Тема 2. Формирование имиджа и бренда	<p>Политический имидж и политический бренд. Структура политического имиджа. Особенности создания политического имиджа.</p> <p>Политический бренд как современный тренд. Особенности создания и функционирования политических брендов. Структура политического бренда.</p> <p>Бренды политических лидеров. Бренды политических партий. Бренды политических институтов. Бренды стран и государств. Архитектура бренда.</p>
3	Тема 3. Стратегия работы с медиаструктурами	<p>Роль СМИ в политических кампаниях. Технологии работы со СМИ.</p> <p>Понятие медиастратегии и медиапланирования. Структура медиастратегии. Факторы влияющие на создание медиастратегии. Основные понятия медиапланирования.</p> <p>Медиа-карта и медиа-лист как инструменты работы со СМИ.</p>
4	Тема 4. Политическая пропаганда и агитация	<p>Суть пропаганды и агитации. Составляющие пропаганды и агитации. Виды пропаганды. Цели пропаганды и агитации. Условия и ограничения их применения.</p> <p>Особенности массового сознания. Формирование убеждения и типа политического поведения с помощью пропаганды и агитации. Механизмы воздействия агитации и пропаганды.</p> <p>Агитационно-пропагандистские материалы (АПМ). Как в истории применялись агитационно-пропагандистские материалы.</p>
5	Тема 5. Политический ПР и	Понятие политического ПР и

	политическая реклама	<p>политической рекламы.</p> <p>Управление общественными отношениями с помощью политического ПР. Формирование доверия с помощью политического ПР. Инструменты политического ПР. Информационные поводы как инструмент политического ПР.</p> <p>Политическая реклама и ее влияние на электоральное поведение. Виды политической рекламы. Психология политической рекламы. Влияние на восприятие политических объектов с помощью политической рекламы.</p>
6	Тема 6. Неформальные политические коммуникации	<p>Понятие неформальных политических коммуникаций. Каналы неформальных политических коммуникаций. Вирусность как условие неформальных политических коммуникаций. Слухи и их распространение.</p> <p>Психологические механизмы функционирования неформальных политических коммуникаций.</p> <p>Управление неформальными политическими коммуникациями.</p>
7	Тема 7. Политические коммуникации в Интернет-пространстве.	<p>Специфика Интернет-пространства как среды для политических коммуникаций.</p> <p>Направления политических коммуникаций в Интернет-пространстве: официальные и неофициальные сайты, аккаунты и страницы в социальных сетях, электронные СМИ, персональные блоги, форумы и чаты.</p> <p>Продвижение в интернет-пространстве. Планирование и проведение политических кампаний в сети Интернет.</p>
8	Тема 8. Рекомендательный маркетинг в политике	<p>Понятие рекомендательного маркетинга. Применение рекомендательного маркетинга в политике.</p> <p>Психология доверия. Вовлечение граждан и повышение лояльности к политическому актору. Интеграция различных технологий политических коммуникаций с рекомендательным маркетингом.</p>

6. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю).

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, критерии и шкалы оценивания

Тематика и вопросы Семинарских занятий или иных форм текущего контроля

1. Изучить рекомендованную по теме основную и дополнительную литературу.
2. Планирование кампании повышения лояльности.
3. Проведение курсового исследования.
4. Подготовка к дискуссии на тему неформальных политических коммуникаций.
5. Анализ инструментов политического ПР и политической рекламы.
6. Анализ эффективности современных агитационно-пропагандистских материалов.
7. Составить медиа-карту.
8. Составить медиа-лист. Проведение самостоятельного анализа политического имиджа и политического бренда.
9. Составить примерный план коммуникационной кампании.
10. Обсудить на семинарском занятии.

В образовательном процессе используются следующие формы контроля:

– «входной» контроль, осуществляемый на первом аудиторном учебном занятии для выявления подготовленности студентов для освоения новой дисциплины, а также необходимости ее корректировки с учетом характеристики конкретной аудитории, целей и задач освоения новых знаний и формирования умений и навыков;

– текущий контроль успеваемости в процессе аудиторной работы и самостоятельной работы студентов с учетом Рейтинговой карты по дисциплине;

– промежуточная аттестация – зачет по дисциплине, который может стать результатом работы студента в течение семестра (аудиторной и внеаудиторной работы) с учетом Рейтинговой карты либо его аттестации на последнем аудиторном занятии с использованием таких форм, как устное собеседование или выполнение письменной контрольной работы по вопросам для подготовки к зачету (тестирование; решение ситуационных заданий и др.).

Для текущего контроля успеваемости используются:

- задания тестового характера;
- выполнение ситуационных заданий;
- подготовка письменных работ (рефератов, докладов), а также их публичная защита;
- участие в проведении «Круглого стола», научной студенческой конференции и других интерактивных формах работы;
- собеседование с преподавателем по определенным вопросам;
- подготовка презентаций.

Для промежуточной аттестации (зачета) используются:

- Рейтинговая карта;
- сдача зачета в традиционной форме с использованием вопросов для подготовки к зачету, а также тестовых и ситуационных заданий.

Рейтинговая карта

представляет собой комплекс правил и методических указаний, в соответствии с которыми осуществляется контроль индивидуальной успеваемости студентов при освоении дисциплины. 30% от максимального количества баллов студент может получить за

посещение аудиторных учебных занятий, 70% – за выполнение заданий для самостоятельной работы:

№	Формы контроля и вид отчетности	Количество	Баллы на единицу отчетности	Максимально возможное количество баллов
	Посещение лекции	18	2	36
	<i>Максимальное кол-во баллов</i>			<i>36</i>
	Тестирование	1	до 5	5
	Курсовые работы	5	до 5	25
	Написание реферата	3	до 5	15
	Выполнение домашних заданий (в т.ч. написание контрольной работы, решение ситуационных и иных заданий)	4	до 5	15
	Подготовка презентации по теме выступления	1	до 9	9
	<i>Максимальное кол-во баллов</i>			<i>64</i>
	Общее количество баллов, необходимое для получения оценки «зачтено»	60-100		

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), критерии и шкалы оценивания

Примерные экзаменационные вопросы

1. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики, их структура и специфика.
2. Политические коммуникации: сущность и функции.

3. Структура политических коммуникаций.
4. Теории политических коммуникаций.
5. Уровни политических коммуникаций. Их функции и процессы. Направления политических процессов.
6. Политические коммуникации как стратегия.
7. Планирование коммуникационной кампании в политике.
8. Долгосрочные и краткосрочные стратегии политических коммуникаций.
9. Средства политических коммуникаций.
10. Политический имидж
11. Структура политического имиджа.
12. Особенности создания политического имиджа.
13. Политических бренд
14. Особенности создания и функционирования политических брендов.
15. Структура политического бренда.
16. Технологии работы со СМИ в политических коммуникациях
17. Составляющие пропаганды и агитации.
18. Управление общественными отношениями с помощью политического ПР.
19. Инструменты политического ПР.
20. Политическая реклама и ее влияние на электоральное поведение.
21. Неформальные политические коммуникации
22. Рекомендательный маркетинг в политике
23. Бренды политических лидеров.
24. Бренды политических партий.
25. Бренды политических институтов.
26. Бренды стран и государств.
27. Архитектура бренда.
28. Роль СМИ в политических кампаниях. Технологии работы со СМИ.
29. Понятие медиастратегии и медиапланирования. Структура медиастратегии.
30. Факторы влияющие на создание медиастратегии. Основные понятия медиапланирования.
31. Медиа-карта и медиа-лист как инструменты работы со СМИ.
32. Составляющие пропаганды и агитации. Виды пропаганды.
33. Цели пропаганды и агитации. Условия и ограничения их применения.
34. Особенности массового сознания.
35. Формирование убеждения и типа политического поведения с помощью пропаганды и агитации.
36. Механизмы воздействия агитации и пропаганды.
37. Агитационно-пропагандистские материалы (АПМ). Как в истории применялись агитационно-пропагандистские материалы.
38. Понятие политического ПР и политической рекламы.
39. Управление общественными отношениями с помощью политического ПР. Формирование доверия с помощью политического ПР.
40. Инструменты политического ПР.
41. Информационные поводы как инструмент политического ПР.
42. Политическая реклама и ее влияние на электоральное поведение. Виды политической рекламы.
43. Психология политической рекламы. Влияние на восприятие политических объектов с помощью политической рекламы.
44. Понятие неформальных политических коммуникаций. Каналы неформальных политических коммуникаций.

45. Вирусность как условие неформальных политических коммуникаций. Слухи и их распространение.
46. Психологические механизмы функционирования неформальных политических коммуникаций.
47. Управление неформальными политическими коммуникациями. .
48. Специфика Интернет-пространства как среды для политических коммуникаций.
49. Направления политических коммуникаций в Интернет-пространстве.
50. Продвижение в интернет-пространстве. Планирование и проведение политических кампаний в сети Интернет.
51. Понятие рекомендательного маркетинга. Применение рекомендательного маркетинга в политике.
52. Психология доверия. Вовлечение граждан и повышение лояльности к политическому актору.

Критерии и шкала оценивания экзамена

Шкала	Критерии оценивания знаний обучающегося
отлично	всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала
хорошо	полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
удовлетворительно	знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий
неудовлетворительно	пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

7. Ресурсное обеспечение

7.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Акопов, Г. Л. Интернет и политика. Модернизация политической системы на основе инновационных политических интернет-коммуникаций / Г.Л. Акопов. - М.: КноРус, 2017.
2. Володенков, С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. - М.: Проспект, Издательство МГУ, 2015
3. Государство и общество в пространстве власти и политических коммуникаций. - М.: Российская политическая энциклопедия, 2013.
4. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. - М.: Прометей, 2004.
5. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. М.: Издательство Юрайт, 2017.
6. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В., Манойло А.В. Психология управления массовым политическим сознанием и поведением. М.: Издательство «Известия», 2015.
7. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. - М., 1999.
8. Политическая психология: Хрестоматия / Сост. Е.Б. Шестопа. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018.
9. Шестопа. Е.Б. Политическая психология: Учебник для студентов вузов. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018.
10. Шестопа. Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. М., 2000.

Дополнительная литература

1. Бражник О.В. Образы государственной власти в общественном сознании// Путеводитель предпринимателя: научно-практическое издание/ под ред. Л.А. Булочниковой. – М.: Российская Академия предпринимательства, 2008. – С. 22-35.
2. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации: мифы и реальность (социологический анализ). 1992 - 2002 гг. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2003.
3. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учеб. пособие для студентов вузов / Т.Э. Гринберг. М., Аспект Пресс, 2005.
4. Евгеньева Т.В. Трансформация образа власти в условиях социокультурного кризиса// «Новая» Россия: власть права и право власти: материалы российской межвузовской научной конференции 28-29 ноября 1997 года/ под ред. Логунова А.П. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 1997. – С. 35-37.
5. Зверев А.Л. Основные тенденции изменений в российском массовом сознании времени больших перемен накануне выборов Президента РФ 2018 г. // Капитал революций. М.: Кнорус М., 2018.
6. Зорин В.А. Проблема восприятия образа политика в контексте изучения его личности// Политическая психология: Хрестоматия/ сост. Е.Б. Шестопа. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 300-310.
7. Кишина, Е. Категория "свой - чужой" в политической коммуникации: моногр. / Елена Кишина. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2011.
8. Комментарий к ФЗ "О политических партиях". - М.: Тихомиров М.Ю., 2017.

9. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы, эмоции. М., 1971.
10. Мелешкина Е.Ю. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. М., Инфра-М, 2001. 304 с.
11. Миронова, П О Жанры Политической Коммуникации: Практикум / Миронова П О. - Москва: Огни, 2016
12. Михайлов В.А. Социология общественного мнения: Учебное пособие. Тверь, Твер. гос. ун-т, 2005.
13. Музыкант В. Маркетинговые основы управления коммуникациями / Музыкант, Валерий. - М.: Эксмо, 2016.
14. Нестерова С.В. Визуальные и вербальные характеристики образов власти// Политическая психология: Хрестоматия/ сост. Е.Б. Шестопа. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – С. 401-412.
15. Нечаев В.Д., Евгеньева Т.В., Селезнева А.В., Титов В.В. Государственная политика: социокультурное и психологическое измерения. М.: Издательство «Известия», 2015.
16. Новикова, С. Блоги и социальные сети как пространство политических коммуникаций / Светлана Новикова. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2011.
17. Пищева Т. Н. Власть нашего голоса // Сайт "KNOWLEDGECLUB" (<https://www.knowledgeclub.ru/ru/>), Москва, 2014 г
18. Пищева Т. Н. Имидж политика: какие образы востребованы сегодня // Сайт "Тезис. ru" (<https://www.thezis.ru/>), Москва, 2014 г. — Гуманитарные дискуссии. — <http://www.thezis.ru/oshibki-vospriyatiya-iskazhayushhie-realnost.html>, Москва, 2014.
19. Пищева Т. Н. Коммуникативные аспекты восприятия кандидатов в президентских избирательных кампаниях // Политическая психология, культура и коммуникация / Редкол.: Е.Б. Шестопа. (отв. ред.) и др. — РОССПЭН Москва, 2008.
20. Пищева Т. Н., Виноградова Н. С., Недова А. Д. Образ России под углом зрения политических коммуникаций // Полис. Политические исследования. — 2010. — № 4.
21. Пост П. Деловой этикет. Персональные коммуникации для профессионального успеха / Пост, Пост Пегги; , Питер. - М.: Эксмо, 2010.
22. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., "Рефл-бук", 2001.
23. Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопа. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.
24. Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России / под ред. Е.Б. Шестопа. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015.
25. Редюхина, А. В. Новые медиаканалы в политических коммуникациях / А.В. Редюхина. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2011.
26. Романович Н.А. Формирование и воспроизводство образа власти в российском обществе: монография. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2009. – 400 с.
27. Смулькина Н. В. Избирательная кампания: контекстные факторы политического восприятия // Политическая наука перед вызовами современной политики. Материалы VII Всероссийского конгресса политологов. — Москва, 2015
28. Соловьев А.И. Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю. Ю. и др.]; под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004.
29. Федотова, Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой коммуникации / Л.Н. Федотова. - М.: Научный мир, 2015.
30. Что надо знать о «цветных революциях». Учебное пособие для студентов вузов / Т. В. Евгеньева, А. Б. Ананченко, М. В. Астахов и др. — МПГУ Москва, 2016. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления.-М.:Издательст. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2015.
31. Чудинов, А. П. Метафора в политической коммуникации: моногр. / А.П. Чудинов. - М.: Флинта, 2015.

32. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра / Шампань, Патрик. - М.: Socio-Logos, 2016.
33. Якушева, Н.М. Unix. Коммуникации / Н.М. Якушева, В.А. Машурцев. - М.: Радио и связь, 2016. - 224 с.
34. New Trends in Russian Political Mentality: Putin 3.0 / Ed. by Elena Shestopal. – Lexington Books Lanham-Boulder-New York-London, 2016.
35. Артемов Г.П. Мотивация электорального выбора // Политический анализ: Доклады центра эмпирических политических исследований СПбГУ / Под ред. Г.П. Артемова. СПб., Издательство С. - Петербургского университета, 2000 //http://www.politanalysis.narod.ru
36. Евгеньева Т. В., Губченко В. А. Психологические особенности формирования оппозиционной повестки дня в сети Интернет // Политическая наука. — 2017. — № Специальный выпуск. — С. 385–401.
37. Евгеньева Т., Титов В. Образ "врага" как инструмент формирования политической идентичности в сети Интернет: опыт современной России // Информационные войны. — 2014. — № 4. — С. 22–27.
38. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз. — 2017. — № 4. — С. 48–64.
39. Зарицкий Т. Ценности и идентификация молодого поколения российской и польской интеллигенции // Вестник общественного мнения. 2006. № 5 (85). С. 51-67.
40. Захаров А.В. Народные образы власти// Полис. – 1998. – №1. – С. 23-35.
41. Зверев А. Образ российского парламента в политических представлениях граждан современной России // Психология политического восприятия в современной России: Материалы круглого стола // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2013. — № 6. — С. 109–111.
42. Зверев А., Башков А. Роль интернет-коммуникаций в выработке политических представлений российских граждан // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2013. — Т. 23, № 3. — С. 87–99.
43. Зоркая Н. Интерес к политике как форма политического участия // Мониторинг общественного мнения. 1999. №4 (42). С. 13-20.
44. Иванов М.А. «Круглый стол» // Журнал о выборах. 2007. №2. С. 7-9.
45. Информационно-технологическое проектирование политических ценностей в российском сегменте интернет-пространства: материалы круглого стола / С. Володенков, И. Кузнецов, Т. Евгеньева и др. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2014. — № 5. — С. 113–135.
46. Кудинов. О.П. Модели поведения россиян на выборах как основа разработки стратегии избирательной кампании / Выборы в Российской Федерации Под ред. М.Б. Горного Санкт-Петербург, 2002 //http://www.democracy.ru/library/practice/media/rfeleg_gor/page23.html
47. Кушнарев А.И. «Круглый стол» // Журнал о выборах. 2007. №2. С. 2-4.
48. Мельников А.Н. Влияние формы вопроса в контексте изучения электорального поведения // Социология: М. 2000. №12. С. 113-128.
49. Мягков А.Ю. Влияние известных политических имён в формулировке вопроса на результаты социологического исследования // Социологические исследования. 2001. №3. 94-104 с.
50. Новые формы политической коммуникации и проблемы идентичности в современном мире: материалы круглого стола / Т. Евгеньева, Х. Бест, А. Зверев и др. // Вестник

Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2011. — № 3. — С. 88–115.

51. Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов // Шестопа́л Е.Б., Нестерова С.В., Сму́лькина Н.В., Макаренко Б.И., Кертман Г.Л., Межуев Б.В., Володенков С.В., Мельвиль А.Ю., Лапкин В.В., Гаман-Голутвина О.В., Штукина Т.А., Добрынина Е.П., Шутов А.Ю. Полис. Политические исследования, № 4, с. 160-174
52. Пищева Т. Круглый стол кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ Российское общество и власть накануне выборов // Полис. — 2012. — № 1.
53. Пищева Т. Политические образы: проблемы исследования и интерпретации // Полис. — 2011. — № 2.
54. Политико-психологические особенности электорального цикла 2011-2012 гг.: материалы круглого стола / Е. Шестопа́л, А. Зверев, Т. Пищева и др. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2012. — № 1. — С. 95–115.
55. Политико-психологические особенности электорального цикла 2011-2012 гг.: материалы круглого стола / Е. Шестопа́л, А. Зверев, Т. Пищева и др. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2012. — № 1. — С. 95–115.
56. Политическое поведение: бессознательные механизмы и их рационализация / Е. Шестопа́л, Н. Ракитянский, Н. Сму́лькина и др. // Полис. Политические исследования. — 2013. — № 6. — С. 46–63.
57. Шестопа́л Е. Б. Образы будущего в сознании российского общества как фактор политического развития // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. — 2016. — № 2.
58. Шестопа́л Е. Б. Сдвиги в массовом политическом сознании России перед президентскими выборами 2018 г // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2018. — № 41.
59. Шестопа́л Е.Б. Психологическое состояние российского общества между парламентскими и президентскими выборами: сравнительный анализ // Сравнительная политика. — 2017. — Т. 8, № 2.
60. Шестопа́л Е.Б., Зверев А.Л., Нестерова С.В., Сму́лькина Н.В. Психологическое состояние массового политического сознания российских граждан после выборов в Государственную думу РФ 2016 г. // Политическая наука. — 2016. — № Специальный выпуск.
61. Шестопа́л Е.Б., Сму́лькина Н.В. Какой видят свою страну сегодня российские граждане? // Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. Журнал политической философии и социологии политики. — 2018. — № 2.
62. Шестопа́л Е.Б., Сму́лькина Н.В. Факторы восприятия постсоветских стран в современном обществе // Полис. Политические исследования. — 2018. — № 1.
63. Яровая Е.М. «Круглый стол» // Журнал о выборах. 2007. №2. С. 4-6.

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

MS WINDOWS (системное);
MS WORD;
MS POWER POINT;
MS EXCEL.

7.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://www.elibrary.ru/project_risc.asp
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»	https://cyberleninka.ru/
Электронно-библиотечная система ZNANIUM.RU	https://znanium.com/
Университетская библиотека online	http://www.biblioclub.ru/
Информационно-правовой портал Гарант.ру	https://www.garant.ru/
Информационно-правовая система Консультант	http://www.consultant.ru/

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Факультет политологии МГУ имени М.В. Ломоносова	https://polit.msu.ru/
Библиотека студента факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова	https://polit.msu.ru/students/biblioteka-studenta-fp/
Журнал «Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки»	http://vestnikpolit.ru/
Политанализ.Ру	http://www.politanaliz.ru
ПолитНаука - политология в России и мире	http://www.politnauka.org/
Библиотека Гумер - Политология	http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php
Библиотека Михаила Грачева по политологии	http://grachev62.narod.ru/
Журнала «Полис» (Политические исследования)	https://www.politstudies.ru/
Научно-аналитический журнал «Обозреватель-Observer»	https://i-sng.ru/biblioteka/zhurnaly/nauchno-analiticheskiy-zhurnal-oboobre/
Журнал «ПолитЭкс» (Политическая экспертиза)	https://politex.spbu.ru/index
Журнал «Социс» (Социологические исследования)	https://www.isras.ru/socis.html
Журнал «Власть»	https://www.jour.fnisc.ru/index.php/vlast
Сетевое издание «Российский социально-гуманитарный журнал».	http://evestnik-mgou.ru/
Журнал «Россия в глобальной политике»	https://globalaffairs.ru/
Журнал «Вестник Российской нации»	http://rosnation.ru/?page_id=385
Сайт ФОМ	https://fom.ru/
Сайт ВЦИОМ	https://wciom.ru/

7.5. Описание материально-технического обеспечения.

Для проведения учебных занятий используются: учебные аудитории; возможности мультимедийного оборудования, установленного в учебных аудиториях, а также персональных компьютеров с выходом в сеть «Интернет» для обеспечения электронного обучения и

дистанционных образовательных технологий; электронный каталог и библиотечный фонд вуза; научно-образовательные ресурсы с возможностями удаленного доступа на базе современного телекоммуникационного комплекса.

8. Автор (авторы) программы.

Пищева Татьяна Николаевна к.п.н., доцент кафедры социологии и психологии политики