МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ДГТУ)

Факультет Медиакоммуникации и мультимедийные технологии

Кафедра «Связи с общественностью»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И ТЕМАТИКА**

**КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Коммуникационный менеджмент в сфере политики»**

**(для студентов заочной формы обучения**

**по направлению 42.03.01** **«Реклама и связи с общественностью»)**

Ростов-на-Дону, 2023

УДК

Составитель: канд. филос. наук, доц. Л.Г.Орехова

Коммуникационный менеджмент: для самостоятельной подготовке студентов по дисциплине «Коммуникационный менеджмент в сфере политики» для студентов направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью для заочной формы обучения методические рекомендации и тематика контрольных работ.

# Содержат рекомендации по выполнению контрольных работ, темы контрольных работ, учебно - методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Предназначено студентам и преподавателям.

Цель дисциплины «Коммуникационный менеджмент в сфере политики» - формирование представлений о роли коммуникационного менеджмента в политической деятельности и овладение навыками управления политическими коммуникациями в современном обществе

Студенты, завершившие изучение дисциплины, «Коммуникационный менеджмент в сфере политики» должны обладать компетенцией ПК-1.5: Способен принимать участие в разработке и реализации коммуникационных программ в сфере политики

В результате освоения дисциплины студенты должны знать:

функции, задачи, сферы применения коммуникационного менеджмента;

* уровни применения коммуникационного менеджмента;
* принципы организации и специфику работы менеджера по коммуникациям в общественно-политических организациях и политических партиях;
* современный российский и региональный рынок коммуникационных услуг, состояние и перспективы;
* технологии коммуникационного менеджмента.

Студенты должны уметь:

* управлять внешними и внутренними коммуникациями;
* выявлять коммуникативные потребности организации;
* разрабатывать концепцию коммуникативной политики.

Студенты должны владеть навыками:

* проведения коммуникационного аудита;
* планирования коммуникативных мероприятий;
* проведения исследований внешней коммуникативной среды;

оценки управления коммуникациями.

Студенты выполняют контрольную работу, которая демонстрирует умение работать с информационными ресурсами, способности логического изложения содержания, умение делать обобщение и выводы.

Контрольная работа – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов заочной формы обучения. Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленной кафедрой «Связи с общественностью» на основе учебной программы курса. Согласно учебному плану студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу за семестр. **Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента**.

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать цель и задачи работы, осуществить обзор использованной литературы и источников. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. **Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами.** Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме. Контрольная работа должна быть написано грамотно, необходимо стремиться к ясному и четкому стилю изложения материала. Приводимые в тексте цитаты необходимо снабжать ссылками на источники. В конце контрольной работы приводится список литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания (не позднее 10 лет), не менее трех наименований. Требования к оформлению перечня информационных ресурсов (см. Приложение 1).

Заключительный этап – оформление контрольной работы. Контрольная работа выполняется на стандартных листах белой бумаги формата А4. Текст работы должен быть набран на компьютере: шрифт Times New Roman, размер кегля – 14, межстрочный интервал – 1,5. Поля: слева – 3 см; сверху и снизу – 2,0 см; справа – 1,5 см. Красная строка – 1,25 см. Объем контрольной работы – 12-15 страниц. Нумерация страниц – сквозная. Номера страниц на титульном листе и втором листе с планом контрольной работы не ставятся. Каждый раздел работы, имеющий свой заголовок, начинается с новой страницы. Заголовок помещается в её верхней части и выделяется более крупным или жирным шрифтом.

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает допуск к промежуточной аттестации. Все замечания, указанные преподавателем, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На промежуточной аттестации студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, замечание, если имеются и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не зачитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

Для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем замечаний и для методической помощи студентам проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом. Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к промежуточной аттестации.

**Темы контрольных работ**

1. Управления коммуникационными процессами в политических партиях.
2. Коммуникационная политика политических организаций: реализация программ, проектов по улучшению коммуникаций.
3. Планирование информационно-коммуникационной деятельности политической партии.
4. Управление бренд-коммуникациями политической партии.
5. Интегрированные коммуникации в политической сфере: основные элементы.
6. Коммуникационный менеджмент в деятельности городской администрации.
7. Внутренние коммуникации политической партии: особенности управления.
8. Формирование коммуникаций политических партий со своими целевыми аудиториями.
9. Управления коммуникациями в избирательных кампаниях.
10. Управление политическим имиджем.
11. Информационно-коммуникационная деятельность политической партии.
12. Политические коммуникации: особенности создания и управления в России.
13. Управление коммуникациями в муниципальном и местном самоуправлении.
14. Информационно-коммуникативное обеспечение деятельности политической партии в кризисной ситуации.
15. Организация и управление информационно-коммуникационной деятельностью политической партии в условиях цифровизации.
16. Коммуникационный менеджмент в органах государственного управления: основные направления.
17. Управление коммуникациями в условиях политической конкуренции.
18. Методы коммуникативного воздействия на целевые аудитории в избирательных кампаниях .
19. Коммуникационный менеджмент в международной деятельности государства
20. Особенности управления информационно-коммуникационной деятельностью региона/города.
21. Политические коммуникации в новых медиа.
22. Политический Рунет как площадка формирования коммуникационного взаимодействия с электоратом.
23. Управление репутацией политического лидера.
24. Социальные сети как канал коммуникации политических партий с населением.
25. Политический бренд: создание и управление.

**Перечень информационных ресурсов**

1. Аутсорсинг политических суждений: проблемы коммуникации на цифровых платформах / А. Г. Барышкин, И. А. Быков, С. В. Володенков [и др.] ; под редакцией Л. В. Сморгунова. — Москва : Политическая энциклопедия, 2021. — 311 c. — ISBN 978-5-8243-2461-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121150.html (дата обращения: 25.04.2022)
2. Васильева, Е. Ю. Коммуникационный менеджмент: учебно-методическое пособие / Е. Ю. Васильева, Н. В. Сергиевская. — Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020. — 44 c. — ISBN 978-5-7264-2126-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/101795.html (дата обращения: 08.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Политические партии в системе гражданских отношений в современной России / Н. И. Шестов, М. К. Ананьева, А. А. Вилков [и др.] ; под редакцией А. А. Вилкова. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2020. — 223 c. — ISBN 978-5-292-04677-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/116331.html (дата обращения: 08.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики: учебное пособие / Н. Ф. Пономарев. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 125 с. - ISBN 978-5-9765-2241-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1875609 (дата обращения: 18.10.2023). – Режим доступа: по подписке.
5. Протасова, О. Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества : учебное пособие / О. Л. Протасова, Э. В. Бикбаева, М. Д. Наумова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 c. — ISBN 978-5-8265-1383-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/64567.html
6. Кургаева, Ж. Ю. Связи с общественностью в органах власти : учебное пособие / Ж. Ю. Кургаева. — Казань : Издательство КНИТУ, 2022. — 112 c. — ISBN 978-5-7882-3185-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/129160.html
7. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - ISBN 978-5-394-05290-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1927318 (дата обращения: 18.08.2023). – Режим доступа: по подписке.
8. Федорченко, С. Н. Современные технологии политического менеджмента: учебное пособие / С.Н. Федорченко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 200 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/19106. - ISBN 978-5-16-012089-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1816942 (дата обращения: 18.08.2023). – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. Сайт международного научного журнала «Коммуникология» – www.communicology.us
2. Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) – www.raso.ru
3. Медиа. Информация. Коммуникация (MIC)® - сетевое научно-образовательное издание https://mic.org.ru
4. Профессиональный, новостной PR-портал; содержит список известных PR-агентств, форум, новости, аналитику, архивы - http://www.sovetnik.ru

Информационно-справочные системы

1. ЭБС book.ru http://www.book.ru

2. ЭБС ДГТУ https://ntb.donstu.ru/

3. ЭБС IPRbooks http://www.iprbookshop.ru

4. ЭБС Znanium http://www. znanium.com/

5. Электронная библиотека Издательского дома Гребенникова http://grebennikon.ru/

6. ЭБСelibrary (периодические издания) http://elibrary.ru

7. Информационно-правовая система «Гарант»

8. Справочно-правовая база «Консультант Плюс»

Приложение 1.

**Перечень использованных информационных ресурсов**

1. Ворошина А. К. INFLUENCER-МАРКЕТИНГ В DIGITAL PR //Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2021). – 2021. – С. 44-49.

2. Омельчук И. С. Эффективная PR-кампания: особенности формирования бренда //Коммуникология: электронный научный журнал. – 2020. – Т. 5. – №. 1. – С. 8-15.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф. И. Шарков. – 2-е издание, стереотипное. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 322 с.

4. Постановление Правительства РФ от 28.03.2022 г. No 497 «О введении моратория на возбуждение дел о банкрот-   
стве по заявлениям, подаваемым кредиторами» // Собрание законодательства РФ. — 2022. Ст. 7

5. Официальный сайт гостиницы «Валенсия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: https://hotel-valencia.ru