

**Частное учреждение - образовательная организация
высшего образования
Московский исламский институт
(ООВО «МИИ»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УиВР

Р. Р. Измайлов



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

«СОВРЕМЕННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Направление
подготовки

48.0401 Теология

(код и наименование направления подготовки)

Направленность
подготовки

Исламская теология

(наименование профиля подготовки, магистерской
программы)

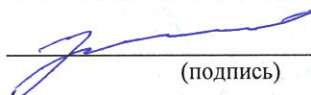
Квалификация
выпускника

Магистр

Рабочая программа по дисциплине «Современные коммуникативные технологии» составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки магистра для обучающихся по направлению подготовки 48.04.01 Теология.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на:

2022 / 2023 учебный год


(подпись)

Р. Р. Измайлов
(расшифровка подписи)

2023 / 2024 учебный год

(подпись)

Р. Р. Измайлов
(расшифровка подписи)

2024 / 2025 учебный год

(подпись)

Р. Р. Измайлов
(расшифровка подписи)

2025 / 2026 учебный год

(подпись)

Р. Р. Измайлов
(расшифровка подписи)

2026 / 2027 учебный год

(подпись)

Р. Р. Измайлов
(расшифровка подписи)

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы ..	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	9
6. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	9
6.1. Основная литература	9
6.2. Дополнительная литература	9
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети (интернет), необходимых для освоения дисциплины (модуля)	9
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	10
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	10
9.1. Подготовка к лекции	11
9.2. Подготовка к семинарским занятиям	11
9.3. Самостоятельная работа	13
9.4. Подготовка к зачету	13
10. Материально-техническое обеспечение	14
11. Приложение №1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	15

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Таблица №1. Содержание компетенций и индикаторов компетенций.

№	Код	Содержание компетенции и индикаторов
1	УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
1	УК-4.1	Владеет навыками применения современных коммуникативных технологий;

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные коммуникативные технологии» реализуется в обязательной части учебного плана по направлению подготовки 48.04.01. Теология.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу

Общая трудоемкость дисциплины «Современные коммуникативные технологии» составляет 2 зачетных единиц (72 часов).

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	час.	по семестрам
		1
Общая трудоемкость по учебному плану	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем:	26	26
Лекции (Л)	10	10
Семинарские занятия (СМ)	16	16
Самостоятельная работа (СР) без учета промежуточного контроля:	46	46
Промежуточный контроль:	Зачёт с оценкой (дифф.зачет)	-

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	час.	по семестрам
		1
Общая трудоемкость по учебному плану	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем:	10	10
Лекции (Л)	4	4
Семинарские занятия (СМ)	6	6
Самостоятельная работа (СР) без учета промежуточного контроля:	58	58
Промежуточный контроль:	Зачёт с оценкой (дифф.зачет)	4

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

Очная форма обучения

№ семестра	№ раздела	Наименование и содержание по темам (разделам)	Всего часов	из них:		
				Контактная работа обучающихся с преподавателем:		СР
				Л	СМ	
1	1	Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы.	6	1	1	4
1	2	Критическое мышление и политика постправды	7	1	1	5
1	3	Современные гуманитарные и политические технологии: от «социологической пропаганды» к «мягкой силе»	8	1	2	5
1	4	Информационные фреймы и технологии медиафреймирования	7	1	1	5
1	5	Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание	7	1	1	5
1	6	Политическая репрезентация и современные визуальные коммуникации.	7	1	2	4
1	7	Цветные революции как коммуникативная и гуманитарная технология в информационном обществе. Публичные политические и общественные акции	7	1	2	4
1	8	Государственные коммуникации и медиаполитика: продвижение и реклама армии и силовых структур	7	1	2	4
1	9	Информационное общество и феномен сетевой прозрачности: от телевизионных реалити-шоу к Periscope и YouTube трансляциям.	7	1	2	4
1	10	Новые медиа: субъектно-объектные отношения власти и общества, актора и потребителя в условиях интегрированных коммуникаций	7	1	2	4
Подготовка к дифф.зачету:			2	-	-	2
Дифф.зачет:			-	-	-	-
Всего за 1 семестр:			72	10	16	46

Заочная форма обучения

№ семестра	№ раздела	Наименование и содержание по темам (разделам)	Всего часов	из них:		
				Контактная работа обучающихся с преподавателем:		СР
				Л	СМ	
1	1	Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы.	6	1	-	5
1	2	Критическое мышление и политика постправды	6	1	-	5

№ семестра	№ раздела	Наименование и содержание по темам (разделам)	Всего часов	из них:		
				Контактная работа обучающихся с преподавателем:		СР
				Л	СМ	
1	3	Современные гуманитарные и политические технологии: от «социологической пропаганды» к «мягкой силе»	6	1	-	5
1	4	Информационные фреймы и технологии медиафреймирования	6	1	-	5
1	5	Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание	7	-	1	6
1	6	Политическая репрезентация и современные визуальные коммуникации.	7	-	1	6
1	7	Цветные революции как коммуникативная и гуманитарная технология в информационном обществе. Публичные политические и общественные акции	7	-	1	6
1	8	Государственные коммуникации и медиаполитика: продвижение и реклама армии и силовых структур	7	-	1	6
1	9	Информационное общество и феномен сетевой прозрачности: от телевизионных реалити-шоу к Periscope и YouTube трансляциям.	7	-	1	6
1	10	Новые медиа: субъектно-объектные отношения власти и общества, актора и потребителя в условиях интегрированных коммуникаций	7	-	1	6
Подготовка к дифф.зачету:			2	-	-	2
Дифф.зачет:			4	-	-	-
Всего за 1 семестр:			72	4	6	58

Содержание учебных разделов

Тема 1. Коммуникативные технологии: разновидности, особенности, методы.

Современная коммуникация и ее модели. Способы организации коммуникации. Виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, риторическая и другие. Понятие коммуникативной технологии. Палитра коммуникативных технологий в рамках современных Media Relations, интегрированные коммуникации. Базовые исследовательские дисциплины и базовая прикладная деятельность для освоения современных коммуникативных технологий. Роль методов манипуляции в современном коммуникативном воздействии на аудиторию. Допустимые и недопустимые формы манипуляция, их ведущие приемы. Антимедиаальные и альтернативные практики в массовой культуре.

Тема 2. Критическое мышление и политика постправды. Понятие постправды.

Постправда в контексте политического дискурса и СМИ. Отличие постправды от лжи, ее основные характеристики как коммуникативной технологии. Критическое мышление и его отличие от идеологического мышления. Критическое и некритическое потребление информации, эмоциональный интеллект как реакция на технологии постправды. Критическое мышление и логическое мышление, способы верификации информации (у Д. Левитина).

Тема 3. Современные гуманитарные и политические технологии: от «социологической пропаганды» к «мягкой силе».

Понятие социологической пропаганды в эпоху холодной войны, пропаганда «образа жизни». Отличия социологической пропаганды от мягкой силы, понятие мягкой силы (у Дж. Ная). Институты, технологии и коммуникации мягкой силы. Мягкая сила на постсоветском пространстве как коммуникативный инструмент продвижения национальных и глобальных интересов. Мягкая сила в контексте информационных войн.

Тема 4. Информационные фреймы и технологии медиафреймирования.

Понятие информационного фрейма. Фрейм и новостная повестка, фреймирование общественного сознания в медиа. Установление повестки дня, теория каскадной активации (у М. Кастельса), прайминг, медиафрейминг. Фрейминг и цензура в СМИ на примере информационных и политических кампаний.

Тема 5 Коммуникативные технологии брендинга и массовое сознание.

Понятие бренда и брендинга. Современный брендинг и продукт, проблема «разрыва в достоверности» (credibility gap). Составляющие брендинга: идентичность бренда, образ бренда, цель бренда. Коммуникативные технологии брендинга и их влияние на массовое сознание. Брендинг в корпоративной, политической и социальной среде, национальный брендинг и мягкая сила. Критика корпоративных и политических брендов у Н. Кляйн.

Тема 6. Политическая репрезентация и современные визуальные коммуникации.

Политическая репрезентация в системе политической коммуникации, политический брендинг. Значение визуальных коммуникаций в современной политической культуре в США. Предвыборная кампания Барака Обамы 2008 года, «дизайн для Обамы», формирование нового облика политика. Выборы в США 2016 года и политическая дизайн-репрезентация. Анализ политических кампаний в России.

Тема 7. Цветные революции как коммуникативная и гуманитарная технология в информационном обществе.

Публичные политические и общественные акции. Технологии ненасильственного и символического протеста, сходства и различия «цветных революций» и «бархатных революций» в контексте развития медиа-коммуникаций. Гуманитарные и коммуникационные технологии «цветных революций» 2004 — 2014 годов на постсоветском пространстве и в мире. Система идентичности и фирменного стиля, взаимодействие с СМИ и новыми медиа. Изменение характера «цветных революций».

Тема 8. Государственные коммуникации и медиа-политика: продвижение и реклама армии и силовых структур (как продвигать «продукт», не связанный с потреблением и комфортом).

Особенности государственных коммуникаций в сфере пропаганды службы в армии, продвижении имиджа армии и силовых структур в обществе. Медиа-политика государства. Отличие форматов традиционной пропаганды и современных брендинговых и маркетинговых инструментов. Решение профессиональных задач по продвижению идей и «продукта», не связанного с потребительским комфортом и наслаждением.

Тема 9. Информационное общество и феномен сетевой прозрачности: от телевизионных реалити-шоу к Periscope и YouTube трансляциям (в ситуации мира и войны).

Феномен сетевой прозрачности и общество-паноптикон. Телевизионное реалити-шоу, новые медиа и возможности Periscope и YouTube трансляциям. Потеря монополии телевидением на трансляцию реальности. Репрезентация насилия, терроризма и войны в условиях развития сетевых паноптических технологий.

Проблема цифрового гуманизма

Тема 10. Новые медиа: субъектно-объектные отношения власти и общества, актора и потребителя в условиях интегрированных коммуникаций.

Феномен современных интернет– коммуникаций и новых медиа в контексте отношения власти и общества. Мониторная демократия, смена иерархических моделей в социальных медиа в информационном обществе. Концепция цифрового мира и цифровые кочевники. Медиа и субъект власти. Большие данные и управление сложными социальными системами.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Учебно-методические и учебно-практические пособия.
2. Практикумы и методические рекомендации по их выполнению.
3. Другие материалы.

6. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

6.1. Основная литература

1. Музыкант В. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2019. - 216 с. - (Высшее образование: Бакалавриат. Азбука рекламы).
<https://znanium.com/catalog/document?id=355098> (дата обращения – 25.01.2020).

6.2. Дополнительная литература

1. Макдональд Г. Правда: Как политики, корпорации и медиа формируют нашу реальность, выставляя факты в выгодном свете. / Гектор Макдональд; пер. с англ. – А. Альпина Паблишер, 2019. – 368 с.
<https://znanium.com/catalog/document?id=352137> (дата обращения – 25.01.2020)

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети (интернет), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://ito.su/> Информационные технологии в образовании;
2. <https://znanium.com/> Электронно-библиотечная система Znanium.com;

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине, при необходимости, могут быть использованы:

1. Офисный пакет программ и приложений OpenOffice 4 - свободно распространяемый программный продукт;
2. Поисковая система Microsoft Edge - свободно распространяемый программный продукт;
3. Архиватор 7Zip - свободно распространяемый программный продукт.
4. Adobe Reader DC - пакет программ, предназначенный для просмотра электронных публикаций в формате PDF, свободно распространяемый программный продукт;
5. «Средство просмотра изображений и факсов Windows» (программа просмотра изображений в форматах JPEG, PNG, GIF, BMP – XnView и т.д.);
6. Windows Media Player (аудио-видео проигрыватель);
7. Электронная информационно-образовательная среда «Московского исламского института»;

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение по дисциплине «Современные коммуникативные технология» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинаров. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения содержания дисциплины и достижения поставленных целей необходимо ознакомиться со следующими документами: Учебным планом, основными положениями рабочей программы дисциплины, календарно-тематическим планом дисциплины. Данный материал может представить преподаватель на вводной лекции.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы,

которая имеется в библиотеке Института. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

9.1. Подготовка к лекции

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

1. знакомит с новым учебным материалом;
2. разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
3. систематизирует учебный материал;
4. ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

1. внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
2. ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
3. внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
4. запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
5. постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
6. узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

9.2. Подготовка к семинарским занятиям

Следует разумно организовывать работу по подготовке к семинарскому занятию. К теме каждого семинара даётся определённый план, состоящий из нескольких вопросов, рекомендуется список литературы, в том числе, и обязательной. Работу следует организовать в такой последовательности:

1. прочтение рекомендованных глав из различных учебников;

2. ознакомление с остальной рекомендованной литературой из обязательного списка;
3. чтение и анализ каждого источника (документа).
4. Прежде всего, следует ознакомиться с методическими указаниями к каждому семинару.
5. При работе с каждым документом надо ответить для себя на следующие вопросы:
6. Кто автор документа?
7. Какое место эти авторы занимали в обществе?
8. Как мы должны относиться к его свидетельствам, какой ракурс оценки событий он представлял?
9. Каковы причины различного отношения современников к событиям?
10. Следует уяснить значение тех архаичных и незнакомых терминов, что встречаются в тексте.

Выводы из анализа документа должны делаться самостоятельно: хотя в исторической науке не следует пренебрегать авторитетом знаменитых авторов, но следует помнить, что не все научные положения являются бесспорной истиной. Критическое отношение (конечно, обдуманное) является обязательным элементом научной аналитической работы.

Подготовьте ответы на каждый вопрос плана. Каждое положение ответа подтверждается (если форма семинара это предусматривает) выдержкой из документа. Подготовку следует отразить в виде плана в специальной тетради подготовки к семинарам.

Следует продумать ответы на так называемые «проблемно-логические» задания. Каждое из этих заданий связано с работой по сравнению различных исторических явлений, обоснованием какого-либо тезиса, раскрытием содержания определённого понятия. Их следует продумать, а те, которые указаны преподавателем, можно выполнить как краткую письменную работу на одной - двух тетрадных страничках.

Если преподавателем поручено подготовить доклад или сообщение по какой-то указанной теме, то он готовится и в письменной и в устной форме (в расчете на 5-7

минут сообщения). После этого он должен быть на семинаре обсуждён на предмет полноты, глубины раскрытия темы, самостоятельности выводов, логики развития мысли.

На семинарском занятии приветствуется любая форма вовлечённости: участие в обсуждении, дополнения, критика - всё, что помогает более полному и ясному пониманию проблемы.

Результаты работы на семинаре преподаватель оценивает и учитывает в ходе проведения рубежного контроля и промежуточной аттестации.

9.3. Самостоятельная работа

Самостоятельная работа является важным звеном в изучении дисциплины и включает в себя следующее:

- чтении рекомендованной литературы, в том числе учебной и научно-популярной для получения более глубоких знаний;
- подготовке сообщений по отдельным проблемам и дискуссионным вопросам дисциплины;
- чтение дополнительной литературы;
- подготовка к практическим занятиям;
- выполнения заданий для самостоятельной работы.;
- подготовка докладов (по требованию преподавателя).

Повышение эффективности использования времени самостоятельной работы обучающихся обеспечивает применение методов активного обучения: индивидуальное задание, тестирование, использование аудио- и видео материалов. Обучающийся учится самостоятельно работать с первоисточниками.

9.4. Подготовка к зачету

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к зачету по теоретической части выделите в вопросе главное,

существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

10. Материально-техническое обеспечение

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарских и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащенная интерактивной панелью с необходимым комплектом мебели для учебного процесса;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МИИ.

11. Приложение №1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица № 1. Рейтинг – план

Виды контроля	Тема / форма аттестационной работы	Мин. кол-во баллов	Макс. кол-во баллов
Контроль посещаемости занятий		5	10
	Посещение лекционных занятий	2	4
	Посещение семинарских и практических занятий	3	6
Текущий контроль работы на семинарских и практических занятиях	Вид отчета	30	60
	Письменный ответ.	5	10
	Устный опрос	5	10
	Участие в круглом столе	5	10
	Подготовка реферата, доклада	5	10
Рубежный контроль		10	30
		10	30
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	0	30
..			
Итого		51	100
Выполнение любого задания на уровне ниже «удовлетворительного» = 0 рейтинговых баллов			
Посещаемость занятий определяется как суммарный уровень посещаемости за семестр не менее 25% занятий.			
Рейтинговые бонусы, повышающие уровень итоговой оценки, могут составить по каждому заданию до 20 баллов.			
К промежуточной аттестации не допускаются обучающиеся, набравшие в течение семестра менее 50 баллов			

Таблица № 2. Градация перевода рейтинговых баллов обучающихся в 5-тибальную систему аттестационных оценок и систему аттестационных оценок ECTS.

Академический рейтинг обучающегося	Аттестационная оценка обучающегося по дисциплине учебного плана в национальной системе оценивания	Аттестационная оценка обучающегося по дисциплине учебного плана в системе ECTS
95-100	Отлично	+ A (excellent)
85-94		A (excellent)
75-84	Хорошо	+B (good)
65-74		B (good)
55-64	Удовлетворительно	C (satisfactory)
51-54		D (satisfactory)
45-50	Неудовлетворительно	E (satisfactory failed)
1-44		F (not rated)
0		N/A (not rated)

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной

программы

Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету

1. Современная коммуникация и ее модели.
2. Способы организации коммуникации.
3. Виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, риторическая и другие.
4. Понятие коммуникативной технологии.
5. Палитра коммуникативных технологий в рамках современных Media Relations, интегрированные коммуникации.
6. Базовые исследовательские дисциплины и базовая прикладная деятельность для освоения современных коммуникативных технологий.
7. Роль методов манипуляции в современном коммуникативном воздействии на аудиторию.
8. Допустимые и недопустимые формы манипуляция, их ведущие приемы.
9. Антимедиальные и альтернативные практики в массовой культуре.
10. Постправда в контексте политического дискурса и СМИ.
11. Отличие постправды от лжи, ее основные характеристики как коммуникативной технологии.
12. Критическое мышление и его отличие от идеологического мышления.
13. Критическое и некритическое потребление информации, эмоциональный интеллект как реакция на технологии постправды.
14. Критическое мышление и логическое мышление, способы верификации информации (у Д. Левитина).
15. Понятие социологической пропаганды в эпоху холодной войны, пропаганда «образа жизни».
16. Отличия социологической пропаганды от мягкой силы, понятие мягкой силы (у Дж. Ная).
17. Институты, технологии и коммуникации мягкой силы.
18. Мягкая сила на постсоветском пространстве как коммуникативный инструмент продвижения национальных и глобальных интересов.

19. Мягкая сила в контексте информационных войн.
20. Понятие информационного фрейма.
21. Фрейм и новостная повестка, фреймирование общественного сознания в медиа.
22. Установление повестки дня, теория каскадной активации (у М. Кастельса), прайминг, медиафрейминг. Фрейминг и цензура в СМИ на примере информационных и политических кампаний.
23. Понятие бренда и брендинга.
24. Современный брендинг и продукт, проблема «разрыва в достоверности» (credibility gap).
25. Составляющие брендинга: идентичность бренда, образ бренда, цель бренда.
26. Коммуникативные технологии брендинга и их влияние на массовое сознание.
27. Брендинг в корпоративной, политической и социальной среде, национальный брендинг и мягкая сила.
28. Критика корпоративных и политических брендов у Н. Кляйн.
29. Политическая репрезентация в системе политической коммуникации, политический брендинг.
30. Значение визуальных коммуникаций в современной политической культуры в США.
31. Предвыборная кампания Барака Обамы 2008 года, «дизайн для Обамы», формирование нового облика политика. Выборы в США 2016 года и политическая дизайн-репрезентация.
32. Анализ политических кампаний в России.
33. Публичные политические и общественные акции.
34. Технологии ненасильственного и символического протеста, сходства и различия «цветных революций» и «бархатных революций» в контексте развития медиа-коммуникаций.
35. Гуманитарные и коммуникационные технологии «цветных революций»

2004 — 2014 годов на постсоветском пространстве и в мире.

36. Система идентичности и фирменного стиля, взаимодействие с СМИ и новыми медиа. Изменение характера «цветных революций».

37. Особенности государственных коммуникаций в сфере пропаганды службы в армии, продвижении имиджа армии и силовых структур в обществе.

38. Медиа-политика государства.

39. Отличие форматов традиционной пропаганды и современных брендинговых и маркетинговых инструментов.

40. Решение профессиональных задач по продвижению идей и «продукта», не связанного с потребительским комфортом и наслаждением.

41. Феномен сетевой прозрачности и общество-паноптикон.

42. Телевизионное реалити-шоу, новые медиа и возможности Periscope и YouTube трансляциям.

43. Потеря монополии телевидением на трансляцию реальности. Репрезентация насилия, терроризма и войны в условиях развития сетевых паноптических технологий. Проблема цифрового гуманизма.

44. Феномен современных интернет– коммуникаций и новых медиа в контексте отношения власти и общества.

45. Мониторная демократия, смена иерархических моделей в социальных медиа в информационном обществе.

46. Концепция цифрового мира и цифровые кочевники.

47. Медиа и субъект власти.

48. Большие данные и управление сложными социальными системами.