ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

1. Цель освоения дисциплины

Целью преподавания учебной дисциплины "Политическая реклама" является подготовка студентов, обладающих целостным представление о месте и роли политической рекламы в современном политическом процессе, владеющих теоретическими и практическими знаниями и умениями в сфере политической рекламы, способных принимать участие в управлении и организации деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью в ходе политической рекламной кампании, умеющих оценивать ее эффективность.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Политическая реклама» относится к вариативной части блока дисциплин. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Бренд в социокультурной сфере», «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Подготовка проектной и сопровождающей документации», «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)», «Рекламное обеспечение проектных мероприятий», «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Формы коммуникации в проектной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:
– способен создавать и редактировать информационные ресурсы (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать
– базовые понятия и термины политической рекламы; основные тенденции развития политической рекламы;
– место и роль политической рекламы в системе политических коммуникаций; классификацию видов политической рекламы; основные концепции организации политических рекламных кампанийв Росии и за рубежом;
– законодательство о политической рекламе в условиях избирательного процесса;
– особенности планирования и организации рекламной деятельности в политических кампаниях;
– основные функции, цели, задачи, виды, формы, типы рекламных кампаний; стили, методы политической рекламы на электоральное поведение;
– место и роль рекламы в формировании имиджа политика;
– критерии оценки эффективности политической рекламы;

уметь
– применять базовую терминологию из сферы политической рекламы в условиях избирательной кампании;
– рационально и эффективно выбирать виды политической рекламы в условиях избирательной кампании;
– применять на практике законодательство о политической рекламе;
– организовывать и планировать осуществление политической рекламной кампании;
– выделять основные особенности целевых аудиторий; рационально и эффективно выбирать

виды политической рекламы в условиях избирательной кампании; организовывать эффективное воздействие на целевую аудитория средствами политической рекламы;
– использовать методы политической рекламы для успешного продвижения кандидата; формировать положительные и стратегические образы кандидата; проводить мероприятия по формированию и повышению имиджа политика;
– оценивать эффективность политических рекламных кампаний;

владеть
– основными этико-правовыми нормами в сфере использования политической рекламы;
– технологиями использования политической рекламы в ходе избирательной кампании; исследовательским инструментарием в политической рекламе; навыками управления работой рекламных служб и служю по связям с общественностью в процессе организации политических рекламных кампаний;
– навыками разработки основных этапов конструирования рекламного политического имиджа кандидата;
– технологиями тестирования политической рекламы и методикой оценки ее эффективности.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 3,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 16 ч., СРС – 83 ч.),
распределение по семестрам – 3 курс, лето, 3 курс, зима,
форма и место отчётности – экзамен (3 курс, лето).

5. Краткое содержание дисциплины

Политическая реклама: понятие, сущность и функции, история становления.
Исторический опыт политической рекламы. Основные этапы становления и развития. Роль политической рекламы на современном этапе развития России. Понятие политической рекламы. Сущность, функции, цели и задачи, субъект и объект политической рекламы.

Политическая реклама как форма политической коммуникации.
Специфика и функции политической коммуникации: информационная, манипулятивная, эмоциональная, регулятивная, социализации. Классификация видов политической рекламы: выделение по каналам восприятия рекламных сообщений (аудиальная, визуальная, аудио-визуальная), по способам передачи информации (реклама в Интеренете, на телевидении, по радио, в печатных СМИ), по основным видам политической деятельности (воздействие на политический выбор избирателей, формирование имиджа политического лидера, создание политического бренда). Прямая и косвенная политическая реклама. Тематическая классификация политической рекламы. Основные концепции организации политических рекламных кампаний за рубежом и в России.

Нормативно-правовая основа политической рекламы.
Теоретико-правовые характеристики политической рекламы. Правовая регламентация понятия "политическая реклама", коллизии законов. Реклама предвыборной агитации. Политическая реклама: нормативно-правовые акты. Правовые и организационные формы контроля за политической рекламой в избирательном процессе

Стратегия и планирование политической рекламной кампании в избирательном процессе.
Расчет ресурсов рекламной кампании: финансовых, информационных, идеологических, личностных, административных, организационных. Постановка целей и задач кампании. Определение основной рекламной идеи. Выбор стратегии политической кампании: "стратегия рывка", "стратегия успешного финала", "стратегия большого события", "_____

движение", смешанные стратегии. Разработка календарного планирования основных этапов политической рекламной кампании: исследование "политического рынка", разработка стратегии и тактики; медиапланирование; проведение рекламной кампании; анализ эффективности политической рекламы

Политическая реклама и ее роль в избирательных кампаниях.
Политическая реклама как основа избирательной кампании: задачи и функции. Основная идея кампании и способы ее ограничения в политической рекламе. Новаторские средства и методы в политической рекламе. Традиционные средства и методы в политической рекламе. Основные требования к политической рекламе в избирательных кампаниях. Организационные основы проведения рекламной политической кампании. Психологические механизны воздействия политической рекламы на избирателей в электоральном процессе

Формирование имиджа политика.
Философия имиджа. Феномен политического имиджа. Сопоставление понятий "имидж" и "образ". Имидж политика как средство воздействия на электоральное поведение. Формирование стратегического образа. "Уникальное политическое предложение". Этапы конструирования рекламного политического имиджа. Технология манипулятивного управления и личность политика. Управление электоральным поведением средствами политической рекламы. Использование методов политической рекламы для успешного продвижения кандидата, формирование его положительного и стратегического образов

Оценка политической рекламной кампании.
Организация системы обратной связи политической рекламной кампании. Мониторинговые исследования. Стадии анализа рекламной кампании. Методы социологического опроса населения. Обследование "фокусных" и _____ групп. Контент-анализ СМИ. Лабораторные методы определения эффективности политической рекламы: тесты на узнаваемость, убедительность, усваяемость, запоминаемость политической рекламы

6. Разработчик

Вырщиков Анатолий Николаевич, доктор пед. наук, профессор кафедры социальной работы.