

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Ю. А. Жадаев

« 30 » мая 2022 г.

Политическая реклама

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2022

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
« 13 » мая 2022 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой _____ « 13 » мая 2022 г.
(подпись) Калачев А.В. (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического
и социального образования « 16 » мая 2022 г. , протокол № 6

Председатель учёного совета Зотова Н.Г. _____ « 16 » мая 2022 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 30 » мая 2022 г. , протокол № 13

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

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

Программа дисциплины «Политическая реклама» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 С изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 30 мая 2022 г., протокол № 13).

1. Цель освоения дисциплины

Целью преподавания учебной дисциплины "Политическая реклама" является подготовка студентов, обладающих целостным представлением 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 кампаний в России 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 аудиторию 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 служб 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. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3з / 3л
Аудиторные занятия (всего)	16	12 / 4
В том числе:		
Лекции (Л)	4	4 / –
Практические занятия (ПЗ)	12	8 / 4
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	83	60 / 23
Контроль	9	– / 9
Вид промежуточной аттестации		– / ЭК
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		72 / 36
		2 / 1

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	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.
2	Политическая реклама как форма политической коммуникации	Специфика и функции политической коммуникации: информационная, манипулятивная, эмоциональная, регулятивная, социализации. Классификация видов

		<p>политической рекламы: выделение по каналам восприятия рекламных сообщений (аудиальная, визуальная, аудио-визуальная), по способам передачи информации (реклама в Интернете, 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.</p>
3	Нормативно-правовая основа политической рекламы	<p>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</p>
4	Стратегия и планирование политической рекламной кампании в избирательном процессе	<p>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</p>
5	Политическая реклама и ее роль в избирательных кампаниях	<p>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 механизмы воздействия политической рекламы на избирателей в электоральном процессе</p>
6	Формирование имиджа политика	<p>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</p>

		политика. Управление электоральным поведением средствами политической рекламы. Использование методов политической рекламы для успешного продвижения кандидата, формирование его положительного и стратегического образов
7	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, усвояемость, запоминаемость политической рекламы

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Политическая реклама: понятие, сущность и функции, история становления	2	2	–	18	22
2	Политическая реклама как форма политической коммуникации	2	2	–	15	19
3	Нормативно-правовая основа политической рекламы	–	2	–	16	18
4	Стратегия и планирование политической рекламной кампании в избирательном процессе	–	2	–	14	16
5	Политическая реклама и ее роль в избирательных кампаниях	–	2	–	6	8
6	Формирование имиджа политика	–	2	–	7	9
7	Оценка политической рекламной кампании	–	–	–	7	7

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Гринберг, Т. Э. Политические технологии. ПР и реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. Э. Гринберг ; Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - ISBN 978-5-7567-0639-0..

2. Кузнецов, П. А. Политическая реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / П. А. Кузнецов ; П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 128 с. - ISBN 978-5-238-01830-0.

6.2. Дополнительная литература

1. Лютый, В. П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. П. Лютый ; В. П. Лютый. - Москва : Российская академия правосудия, 2012. - 292 с. - ISBN 978-5-93916-324-8.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.
2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.
3. Список социальных сайтов. URL: <https://psysocwork.ru/>.
4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL: <https://www.raso.ru/>.
5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Политическая реклама» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Политическая реклама» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, .

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Политическая реклама» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.