




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы**

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета сервиса и рекламы

  
\_\_\_\_\_ В.К. Карнаухова

«19» мая 2021 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.ДВ.01.02 Реклама и связи с  
общественностью в политической сфере**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*)*

Согласовано с УМК факультета Рекомендовано кафедрой:  
сервиса и рекламы

Протокол № 13 от «19» мая 2021 г.

Протокол № 9 от «14» мая 2021 г.

Председатель  \_\_\_\_\_ В.К. Карнаухова

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ В.Ю.Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                       | <i>стр.</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                                                                                            | 3           |
| II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....                                                                                                        | 3           |
| III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....                                                                                                | 3           |
| IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....                                                                                                           | 4           |
| 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРСотведенного на них количества академических часов ..... | 4           |
| 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.                                                                              | 6           |
| 4.3 Содержание учебного материала .....                                                                                                               | 6           |
| 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ ....                                                                           | 7           |
| 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....                                          | 8           |
| 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов                                                                            | 8           |
| 4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....                                                                                               | 15          |
| V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....                                                                         | 15          |
| а) основная литература .....                                                                                                                          | 15          |
| б) дополнительная литература.....                                                                                                                     | 16          |
| г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....                                                                                     | 16          |
| VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....                                                                                               | 16          |
| 6.1. Учебно-лабораторное оборудование: .....                                                                                                          | 16          |
| 6.2. Программное обеспечение: .....                                                                                                                   | 18          |
| 6.3. Технические и электронные средства: .....                                                                                                        | 18          |
| VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....                                                                                                                 | 19          |
| VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....                                                                      | 20          |
| 8.1. Оценочные средства текущего контроля.....                                                                                                        | 20          |
| 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....                                                                                            | 26          |

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Цель:** дать студентам систематизированные теоретические знания рекламных и PR-технологий, используемых в политической сфере, сформировать у них умение использовать в рамках избирательной кампании, привить навыки организации рекламных и PR-мероприятий, а также составления рекламных и PR-текстов политического характера.

### Задачи:

- изучение основных принципов и этапов планирования избирательной кампании в целом;
- изучение специфики политических рекламных и PR-технологий и приобретение умений применять их в рамках избирательной кампании;
- приобретение навыков организации рекламных и PR-мероприятий политического характера;
- приобретение навыков подготовки рекламных и PR-текстов политического характера.

## II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Реклама и связи с общественностью в политической сфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами.

Для успешного освоения дисциплины «Реклама и PR в политической сфере» в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен *иметь представление* о PR и рекламной коммуникации в политической сфере; *знать* в основных чертах историю становления и развития политических технологий; *уметь* высказываться по данному вопросу. Предшествующими дисциплинами являются: «История рекламы и связей с общественностью», «Политология».

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Дисциплина является базовой для освоения таких дисциплин, как «Имиджелогия», «Специфика региональной рекламы и PR», «Реклама и связи с общественностью в сфере применения».

## III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция                                                                                 | Индикаторы компетенций | Результаты обучения                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1<br>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ИДК ПК-1.1             | Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с |

|  |            |                                                                                                                                     |
|--|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |            | общественностью                                                                                                                     |
|  | ИДК ПК-1.2 | Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии                                    |
|  | ИДК ПК-1.3 | Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры |

#### **IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, \_\_\_ часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: ЗаО

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов**

| №<br>п/п           | Раздел<br>дисциплины/темы                                                                                                                                   | Семестр | Виды учебной работы, включая<br>самостоятельную работу<br>обучающихся и трудоемкость<br>(в часах) |                                          |                               | Формы текущего<br>контроля<br>успеваемости;<br>Форма<br>промежуточной<br>аттестации<br>(по семестрам) |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    |                                                                                                                                                             |         | Контактная работа<br>преподавателя с<br>обучающимися                                              |                                          | Самостоятельна<br>я<br>работа |                                                                                                       |
|                    |                                                                                                                                                             |         | Лекции                                                                                            | Семинарские<br>(практические<br>занятия) |                               |                                                                                                       |
|                    |                                                                                                                                                             | 6       | 18                                                                                                | 36                                       | 18                            | ЗаО                                                                                                   |
| 1                  | <b>Раздел I Политическая<br/>реклама и PR: основной<br/>категориальный аппарат</b><br>Понятие, структура,<br>функции и виды<br>политической рекламы и<br>PR |         | 2                                                                                                 | 6                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 2                  | Правовые основы<br>политической рекламы и<br>PR                                                                                                             |         | 2                                                                                                 | 4                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 3                  | Целевые аудитории<br>политической рекламы и<br>PR                                                                                                           |         | 2                                                                                                 | 6                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 4                  | <b>Раздел II Рекламная и<br/>PR-коммуникация в<br/>структуре избирательной<br/>кампании</b><br>Планирование<br>избирательной кампании                       |         | 2                                                                                                 | 4                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 5                  | Производство рекламных и<br>PR-сообщений в<br>политических кампаниях                                                                                        |         | 2                                                                                                 | 4                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 6                  | Формы рекламной и PR-<br>коммуникации в<br>избирательных кам-паниях                                                                                         |         |                                                                                                   | 4                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 7                  | Деструктивные и<br>манипулятивные<br>рекламные и PR –<br>технологии в<br>политических кампаниях и<br>методы проти-водействия<br>им                          |         | 2                                                                                                 | 4                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 8                  | Организация групповой и<br>межличностной<br>коммуникации в<br>политических кампаниях                                                                        |         | 2                                                                                                 | 4                                        | 2                             |                                                                                                       |
| 9                  | Имидж политика                                                                                                                                              |         | 2                                                                                                 | -                                        | 2                             |                                                                                                       |
| <b>Итого часов</b> |                                                                                                                                                             |         | 18                                                                                                | 36                                       | 18                            | 72                                                                                                    |

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| Семестр                                                                                                                     | Название раздела                                                      | Самостоятельная работа обучающихся                                        |                  |                        | Оценочное средство                                                     | Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                             |                                                                       | Вид самостоятельной работы                                                | Сроки выполнения | Затраты времени (час.) |                                                                        |                                                              |
| 6                                                                                                                           | <b>Политическая реклама и PR: основной категориальный аппарат</b>     | Конспект<br>Составление словаря ключевых понятий (учебный тест)<br>Доклад | 1-3<br>неделя    | 6                      | Устный опрос<br>Выступление с докладом<br>Подготовка слайд-презентаций | Основная литература 1,2,3<br>Дополнительная литература 2,4   |
|                                                                                                                             | <b>Рекламная и PR-коммуникация в структуре избирательной кампании</b> | Конспект<br>Доклад<br>Справочник персоналий<br>Глоссарий                  | 4-10<br>неделя   | 6                      | Устный опрос<br>Выступление с докладом<br>Подготовка слайд-презентаций | Основная литература 1,2,3<br>Дополнительная литература 1,2,4 |
|                                                                                                                             | <b>Рекламная и PR-коммуникация в структуре избирательной кампании</b> | Доклад<br>Конспект                                                        | 10-13<br>неделя  | 6                      | Устный опрос<br>Выступление с докладом<br>Подготовка слайд-презентаций | Основная литература 1,2,3<br>Дополнительная литература 3,4   |
| Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)                                                               |                                                                       |                                                                           |                  | 18                     |                                                                        |                                                              |
| Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час) |                                                                       |                                                                           |                  | 18                     |                                                                        |                                                              |
| Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)                           |                                                                       |                                                                           |                  | 18                     |                                                                        |                                                              |

#### 4.3 Содержание учебного материала

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Трудоемкость дисциплины (з.е.)           | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Наименование основных разделов (модулей) | <p>Политическая реклама и PR: основной категориальный аппарат</p> <p>Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR. Правовые основы политической рекламы и PR. Целевые аудитории политической рекламы и PR.</p> <p>Рекламная и PR-коммуникация в структуре избирательной кампании</p> <p>Планирование избирательной кампании. Производство рекламных и PR-сообщений в политических кампаниях. Формы рекламной и PR-коммуникации в избирательных кампаниях. Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR-технологии в политических кампаниях и методы противодействия им. Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях. Имидж политика.</p> |

|                                |                                                 |
|--------------------------------|-------------------------------------------------|
| Формы текущего контроля        | тесты, контрольные работы, практические занятия |
| Форма промежуточной аттестации | ЗаО                                             |

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

| № п/п | № раздела и темы дисциплины (модуля) | Наименование семинаров, практических и лабораторных работ                         | Трудоемкость (час.) | Оценочные средства                                              | Формируемые компетенции |
|-------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1     | <b>Тема 1</b>                        | «Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR»                    | 4                   | Устный опрос                                                    | ПК-1                    |
| 2     | <b>Тема 2</b>                        | Правовые основы политической рекламы и PR                                         | 4                   | Работа в группах. Выполнение проблемно-логических заданий       | ПК-1                    |
| 3     | <b>Тема 3</b>                        | «Политические партии как целевая аудитория в политической коммуникации»           | 2                   | Подготовка слайд-презентаций                                    | ПК-1                    |
| 4     | <b>Тема 3</b>                        | «Электорат как целевая аудитория в политической коммуникации»                     | 2                   | Подготовка слайд-презентаций                                    | ПК-1                    |
| 5     | <b>Тема 4</b>                        | «Ресурсы избирательной кампании»                                                  | 4                   | Выступление с аналитическим докладом                            | ПК-1                    |
| 6     | <b>Тема 4</b>                        | «Стратегия избирательной кампании»                                                | 4                   | Работа в малых группах. Решение ситуационных задач (кейс-стади) | ПК-1                    |
| 7     | <b>Тема 5</b>                        | «Уникальное политическое предложение, партийная идентификация и позиционирование» | 4                   | Подготовка и защита слайд-презентаций                           | ПК-1                    |
| 8     | <b>Тема 6</b>                        | «Контактные формы политической рекламы»                                           | 4                   | Выполнение заданий к семинару. Защита проектов.                 | ПК-1                    |
| 9     | <b>Тема 7</b>                        | «Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR – технологии в политических        | 4                   | Работа в малых группах. Решение ситуационных задач (кейсы)      | ПК-1                    |

|    |               |                                                                               |   |                                                      |      |
|----|---------------|-------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------------------------------------|------|
| 10 | <b>Тема 8</b> | «Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях» | 4 | Работа в малых группах. Подготовка и защита проектов | ПК-1 |
|----|---------------|-------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------------------------------------|------|

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

| № п/п | Тема                  | Задание                           | Формируемая компетенция | ИДК |
|-------|-----------------------|-----------------------------------|-------------------------|-----|
| 1     | Тема 9 Имидж политика | Подготовить план-конспект по теме | ПК-1                    |     |

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление



цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к семинарскому занятию.** Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к семинару-конференции.** Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

**Подготовка к коллоквиуму.** Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа. **Подготовка к зачету** (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

**Формы внеаудиторной самостоятельной работы** **Написание реферата** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень,

ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

**Написание эссе** Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнuto индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнuto субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

**Подготовка доклада** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной

безопасности.

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационной культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Выполнение кейс-задания** Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической

культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

**Составление тематического портфолио работ** Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеотрегменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований

информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Использование инфографики** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы спомощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

**30 Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS Power Point в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

**Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между

изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС) обеспечивает студентам доступ к электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей).

#### **а) основная литература (ЭИОС)**

1. **Гринберг Т.Э.** Политические технологии: ПР и реклама [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 280 с.
2. **Невмержицкая, Елена Александровна.** Политическая реклама [Текст] : учеб. пособие / Е. А. Невмержицкая ; рец.: В. Ю. Рабинович, Н. В. Сметнёва ; Иркутский гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2014. - 125 с.
3. **Невмержицкая, Елена Александровна.** Политическая реклама [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. **Невмержицкая.** - ЭВК. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2014. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.
4. **Гринберг, Т. Э.** Политические технологии [Электронный ресурс] : ПР и реклама / Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - **Режим доступа:** <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27087> (<http://ibooks.ru/product.php?productid=27087>). - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7567-0639-0 :
5. **Кузнецов, П. А.** Политическая реклама. Теория и практика [Текст : Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 128 с. - **Режим доступа:** <http://rucont.ru/efd/352432?urlId=ED/XJxB13NnoYQf3n/YBYr5UVGE3upUJUaL0ys6a3PMQy5eYEb3JghB2wNH5NXbYO2lQDJheqswLaz6DKTbaA==>. - Режим доступа: ЭБС "РУКОНТ". - Неогранич. доступ.

6. **Кузнецов, Вадим Федорович.** Связи с общественностью [Текст] : теория и технологии: Учеб. для студ. вузов / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 301 с.

**б) дополнительная литература**

1. **Чалдини, Р.** Психология влияния [Электронный ресурс] : 5-е изд / Р. Чалдини. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 336 с. - **Режим доступа:** <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21895> (<http://ibooks.ru/product.php?productid=21895>). - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ.

2. **Синчурина, Марина Георгиевна.** Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности : учеб. пособие / М. Г. Синчурина, Е. А. Терпугова ; Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т), Иркутский гос. ун-т. - М. : Изд-во МГИМО (Универси-тет) МИД России, 2007. - 383 с.

3. **"Массовые коммуникации: интеграция научных парадигм", научно-практическая конференция (2012 ; Иркутск).**

Материалы научно-практической конференции, 12-13 марта 2012 г., г. Иркутск [Текст] : научное издание / Иркутский гос. ун-т ; ред. С. А. Гильманов [и др.]. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2012. - 206 с.

**в) периодическая литература**

«Политический журнал»

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ru/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

**VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**6.1. Учебно-лабораторное оборудование:**

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|



| <b>работы</b>                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Специальные помещения:<br/>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>        | <p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMD A10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot-3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p> | <p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acdms Stdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p> |
| <p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых</p> | <p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 Dual Core 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LG Flatron L1742SE</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acdms Stdnt w/Faculty</p>                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                   |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской | (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации. | (15000 лицензий<br>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 6.2. Программное обеспечение:

| №   | Наименование Программного продукта                                                                                                                                                                                       | Кол-во                  | Обоснование для пользования ПО                                                                                                    | Дата выдачи лицензии    | Срок действия права пользования |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| 1.  | 1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект):<br>1С:Бухгалтерия, 8.2<br>1С:Зарплата и управление персоналом<br>1С:Управление торговлей<br>1С:Управление производственным предприятием<br>1С: ОТЕЛЬ, 8<br>1С:Оценка персонала, 8 | 30                      | Пер №8972331                                                                                                                      | 2015                    | бессрочно                       |
| 2.  | Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия Multiple License RU (65195558)Platforms                                                                                                                 | 12                      | 11447921<br>Государственный контракт № 03-019-13                                                                                  | 19.06.2013              | бессрочно                       |
| 3.  | Business Studio 4.0                                                                                                                                                                                                      | 50                      | Лицензия № 7464                                                                                                                   | 2015                    | бессрочно                       |
| 4.  | Directum 5.1                                                                                                                                                                                                             | 30                      | Лицензия № 26057                                                                                                                  | 2016                    | 1год                            |
| 5.  | Java 8                                                                                                                                                                                                                   | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке:<br><a href="https://www.oracle.com/legal/terms.html">https://www.oracle.com/legal/terms.html</a> | Условия правообладателя | бессрочно                       |
| 6.  | Joomla 3.6                                                                                                                                                                                                               | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке:<br><a href="https://docs.joomla.org/JEDL">https://docs.joomla.org/JEDL</a>                       | Условия правообладателя | бессрочно                       |
| 7.  | Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level                                                                                                                                                   | 25                      | Номер Лицензии Microsoft 46211164<br>Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009                                                       | 01.12.2009              | бессрочно                       |
| 8.  | Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level                                                                                                                                                   | 10                      | Номер Лицензии Microsoft 42095516                                                                                                 | 27.04.2007              | бессрочно                       |
| 9.  | Microsoft SQL Server 2012                                                                                                                                                                                                | 1                       | Номер Лицензии Microsoft 65343111                                                                                                 |                         | бессрочно                       |
| 10. | Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise                                                                                                                                                                              | 1                       | Номер Лицензии Microsoft 49413875                                                                                                 |                         | бессрочно                       |
| 11. | Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo                                                                                                                                          | 12                      | Номер Лицензии Microsoft 46211164<br>Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009                                                       | 01.12.2009              | бессрочно                       |

|     |                                                                                   |                         |                                                                                                                                                            |                         |           |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------|
| 12. | Microsoft®WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine | 130                     | Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'                                                                                                      | 22.12.2014              | бессрочно |
| 13. | OpenOffice 4.1.3                                                                  | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html">https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html</a>                   | Условия правообладателя | бессрочно |
| 14. | Perl 5.24.0                                                                       | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: <a href="http://dev.perl.org/licenses/">http://dev.perl.org/licenses/</a>                                                 | Условия правообладателя | бессрочно |
| 15. | Postgresql 9.6.1                                                                  | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: <a href="https://www.postgresql.org/about/licence/">https://www.postgresql.org/about/licence/</a>                         | Условия правообладателя | бессрочно |
| 16. | Protege                                                                           | 100                     | Условия использования по ссылке: <a href="http://protege.stanford.edu/support.php">http://protege.stanford.edu/support.php</a>                             | Условия правообладателя | бессрочно |
| 17. | Python 3                                                                          | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: <a href="https://docs.python.org/3/license.html">https://docs.python.org/3/license.html</a>                               | Условия правообладателя | бессрочно |
| 18. | Ubuntu Linux 16.04.1                                                              | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: <a href="https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms">https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms</a> | Условия правообладателя | бессрочно |
| 19. | VirtualBox 5.1                                                                    | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: <a href="https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL">https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL</a>             | Условия правообладателя | бессрочно |
| 20. | Евфрат-Документооборот, версия 15                                                 | 20                      | многопользовательская лицензия № 0221209                                                                                                                   | 2015                    | бессрочно |

### 6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

|    |                         |                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Разноуровневое обучение | У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают |
|----|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|    |                                           |                                                                                                                                                                                                |
|----|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                           | возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации учения.                                                                                                                     |
| 2. | Лекционно-семинарско-зачетная система     | Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся                          |
| 3. | Информационно-коммуникационные технологии | Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.                                                                         |
| 4. | Систему инновационной оценки «портфолио»  | Формирование персонифицированного учета достижений обучающегося как инструмента педагогической поддержки социального самоопределения, определения траектории индивидуального развития личности |

#### Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

| №           | Тема занятия                                                                     | Вид занятия | Форма / Методы интерактивного обучения                     | Кол-во часов |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------|--------------|
| 1           | Тема 2 Правовые основы политической рекламы и PR                                 | семинар     | Выполнение проблемно-логических заданий в группах          | 4            |
| 2           | Тема 4 «Стратегия избирательной кампании»                                        | семинар     | Решение кейс-задач                                         | 4            |
| 3           | Тема 6 «Контактные формы политической рекламы»                                   | семинар     | Выполнение заданий в группах. Защита проектов              | 4            |
| 4           | Тема 7 «Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических | семинар     | Работа в малых группах. Решение ситуационных задач (кейсы) | 4            |
| 5           | «Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях»    | семинар     | Работа в малых группах. Защита проекта                     | 4            |
| Итого часов |                                                                                  |             |                                                            | 20           |

### VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 8.1. Оценочные средства текущего контроля

| № п\п | Вид контроля | Контролируемые темы (разделы)                                                  | Компетенции, компоненты которых контролируются |
|-------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| 1     | Текущий      | Тема 1 «Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR»          | ПК-1                                           |
| 2     |              | Тема 2 Правовые основы политической рекламы и PR                               |                                                |
| 3     |              | Тема 3 «Политические партии как целевая аудитория в политической коммуникации» |                                                |
| 4     |              | Тема 3 «Электорат как целевая                                                  |                                                |

|     |  |                                                                                                                                  |  |
|-----|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|     |  | аудитория в политической коммуникации»                                                                                           |  |
| 5   |  | Тема 4 «Ресурсы избирательной кампании»                                                                                          |  |
| 6.  |  | Тема 4 «Стратегия избирательной кампании»                                                                                        |  |
| 7.  |  | Тема 5 «Уникальное политическое предложение, партийная идентификация и позиционирование»                                         |  |
| 8.  |  | Тема 6 Семинар «Контактные формы политической рекламы»                                                                           |  |
| 9   |  | Тема 7 Семинар «Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR – технологии в политических кампаниях и методы противодействия им» |  |
| 110 |  | Тема 8 Семинар «Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях»                                     |  |

**Тема 1**  
**Вопросы к семинару «Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR»**

1. Какие существуют подходы к определению политической рекламы?
2. Назовите структуру политической рекламы
3. Перечислите общие и отличительные черты политической и коммерческой рекламы.
4. У специалистов нет единого мнения по поводу направленности политической рекламы на изменение установок избирателей. Часть из них считает, что политическая реклама меняет установки избирателей в отношении предмета рекламирования. Другие полагают, что политическая реклама не формирует и не меняет установки избирателей, а лишь направляет ранее сложившиеся установки электората на тот или иной политический товар. Вы скажите свою точку зрения по этому вопросу. Аргументируйте её.
5. Найдите примеры, в которых политическая реклама выполняет функцию привлечения внимания, информационную, напоминающую, убеждающую, побуждающую, подкрепляющую функции.
6. Приведите примеры жесткой и мягкой рекламы (согласно классификации А. Дейяна)

**Тема 2**  
**Выполнение проблемно-логического задания на семинаре «Правовые основы политической рекламы и PR»**

Подкуп избирателей во время избирательной кампании законодательно запрещен, тем не менее эта технология продолжает использоваться. Ниже приведены случаи применения подкупа избирателей, описанные в книгах практикующими политтехнологами. После их прочтения студентам предлагаются вопросы для обсуждения.

**Р. Перин «Из дневника политтехнолога»:**

1. «Один из кандидатов, испугавшись в возможном обвинении в подкупе избирателей, решил провести праздничный концерт, посвященный 8 марта, без вручения продуктового набора. Концерт был великолепен, были розданы очень красивые поздравительные открытки. Вышедшие в фойе дома культуры старики стали по привычке искать место, где должны

выдавать продуктовые наборы, но сотрудники штаба кандидата с достоинством объяснили, что "наш кандидат не занимается подкупом избирателей". В итоге разразился скандал, посыпались проклятия в адрес кандидата: "Концерт мы можем посмотреть и по телевизору! Он что, пожадничал старикам коробку конфет! От кандидата N мне домой принесли подарок, а тут..!" и пр....».

**Е. Малкин, Е.Сучков «Политические технологии»:**

**2.** «В одном из округов кандидат, не стесненный в средствах, решил организовать благотворительный фонд для компенсации потерь вкладчиков местных финансовых пи-рамид. Сам кандидат к этим пирамидам не имел ни малейшего отношения, и выступал в этом случае как чистый благотворитель. С законом тоже было в порядке: акция проводилась до формального начала избирательной кампании и являлась типичным предвыбор-ным проектом. Фонд был организован; накануне начала избирательной кампании прошли первые выплаты вкладчикам старшего возраста.

Когда в ходе выборов команда кандидата начала агитацию за него, выяснилось, что проведенная акция имела самые разрушительные последствия. Те, кто получили компенсацию, считали, что она недостаточна велика. Те, кто еще не получил, негодовали на то, что их обошли. Естественно, все обиды и претензии предъявлялись кандидату... И самое главное: все решили, что если кандидат делает компенсационные выплаты – значит, он и есть тот жулик, который устроил финансовые пирамиды».

**3.** Формой подкупа являлась «оптовая покупка Р.Абрамовичем Чукотки. При этом Р.Абрамович абсолютно не скрывал, что он делает. Наоборот, избирателям открыто говорилось: «Все о вас забыли, просвета никакого нет, а с Р.Абрамовича вы хоть что-то получите». Так что у избирателей не могло быть никаких сомнений, что их именно подкупают...они просто проголосовали за того, кто действительно для них что-то делал...».

**Вопросы для обсуждения**

1. Объясните реакцию избирателей в каждом из приведенных случаев.
2. Как Вы считаете, как часто используется эта незаконная технология? Почему?
3. Как Вы думаете, насколько продуманно избирательное законодательство в отношении регулирования этой технологии, и существуют ли методы обойти его?
4. Е. Малкин и Е. Сучков считают, что подкуп избирателей не является такой уж опасной и грязной технологией по сравнению с обманом, поскольку «он не лишает избирателей свободы сознательного выбора. А Вы согласны с этим мнением?
5. Есть ли различия между понятиями «благотворительность» и «подкуп»?

### **Тема 3**

#### **Подготовка слайд-презентаций к семинару «Политические партии как целевая аудитория в политической коммуникации»**

**Задание 1:** Подготовить презентацию  
Выбрать любую действующую партию.

Структура презентации

1. Лидер партии (краткая биография)
2. Региональные лидеры
3. Программа и идеология партии
4. Символика партии

**Задание 2 :** Подготовить презентацию «Сильные и слабые стороны партий»

Необходимо оценить слабые и сильные стороны основных партий (ЕР, ЛДПР, СР, КПРФ) по численности, кадровому составу, личности лидера, используемым информационным технологиям и т.д.

Для выполнения заданий использовать официальные сайты политических партий.

### **Тема 3 Разработка слайд-презентации к семинару**

#### **«Электорат как целевая аудитория в политической коммуникации»**

**Задание:** Подготовить презентацию по теме «Характеристика электората».

Необходимо выбрать любую парламентскую партию и охарактеризовать ее электоральную аудиторию.

#### **Тема 4 Семинар «Ресурсы избирательной кампании»**

**Суть задания:** выявить динамику и разновидности использования административного ресурса в российских избирательных кампаниях на протяжении 2009-2013г.

Представить выводы по заданию в письменном виде.

#### **Литература:**

1. Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии и борьба с ними. - М.: Центр «Панорама», 2007. – 271 с.

#### **Тема 4 Семинар «Стратегия избирательной кампании»**

**Суть задания:** рассмотреть конкретные ситуации и ответить на вопросы:

##### **1. Какую ошибку допустил предприниматель в избирательной кампании?**

Выборы в Государственную Думу. Баллотируются два очень сильных кандидата. Один крупный предприниматель, другой - директор Дорожного фонда. Дорожник в своей предвыборной программе в течение двух месяцев естественно, говорил про то, как он будет строить дороги в округе. Предприниматель же позиционировался как человек дела, а не слов. Это иллюстрировалось самыми разными делами. За 2 недели до выборов одному из сторонников предпринимателя, ведущих его кампанию, пришла идея, что надо всем показать, что «Дорожник только обещает, а Предприниматель делает» (ведь это так вяжется с лозунгом про «человека дела»). Нашли подходящий объект, договорились с одним из местных глав, и тут же через весь район с помпой начала строиться дорога, о чем, естественно, и написали с радостью журналисты. В результате предприниматель неожиданно много проиграл сопернику, отстав от него на 15 процентов.

##### **2. Какая стратегия была использована конкурентом мэра в нижеприведенной избирательной кампании? Объясните ее смысл.**

Выборы мэра в небольшом городе. Мэр силен, контролирует большинство СМИ, поддерживается основными ФПГ и элитой. Он позиционируется как государственный и хозяйственный. Соперник имеет гораздо меньше ресурсов и позиционируется как юрист. Внезапно в город приезжает крупный московский политик, приезжает вне связи с выборами, по важному государственному делу, а именно, строительство радиоактивного могильника недалеко от города. Политик проводит встречи и с той, и с другой стороной. Его приезд освещается всеми СМИ. В тот момент, когда тема оказывается в центре повестки дня, конкурент мэра объявляет, во-первых, о своей отрицательной позиции по отношению к могильнику и о своей готовности включить весь свой юридический профессионализм, чтобы добиться экологической безопасности, а, во-вторых, о створе мэра с верховными властями. Пока мэр и его штаб размышляет, тема разогревается, и соперник набирает очки. В это время федеральный политик, приехавший в город, уже из Москвы подтвердил, что во время встречи с мэром тот его уверил в своей почти положительной позиции по вопросу о могильнике. Это становится доказательством коллаборационизма мэра. Спонсоры начинают отказывать в финансовой поддержке. Возникают задержки зарплат. Увольняются люди. Обостряется конфликт между нанятыми консультантами и командой мэра. Консультанты увольняются с позором. Это становится известно всем, и даже лояльные СМИ начинают просить предоплаты. Спонсоры начинают для подстраховки давать деньги и сопернику, а он их с пользой использует для подготовки финальной точки кампании - большого экологического митинга. Мэр уже понял, что федеральный политик и вся акция была подставной, так как в беседе с этим политиком он не утверждал категорически, что согласен на могильник. Но кому все это сейчас после двух недель его молчания объяснишь? Мэр пытается обвинить федерального политика в клевете, но все это мало кого убеждает. Мэр проигрывает при изначально превосходящих ресурсах.

**Для выполнения заданий обращаться к литературе:**

1. Гринберг Т. Э. Политические технологии: PR и реклама. - М., 2005.
2. Матвейчев О.А., Новиков В.Ю. Предвыборная кампания. Практика против теории. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2003. – 186с.

### **Тема 5 Подготовка к семинарскому занятию «Уникальное политическое предложение, партийная идентификация и позиционирование»**

**Задание:** найти примеры политической рекламы кандидатов и определить способы их позиционирования. Выполнить задание в виде презентации.

**Литература:**

Сайт «Архив политической рекламы» –[www.33333.ru](http://www.33333.ru)

### **Тема 6**

#### **Семинар «Контактные формы политической рекламы»**

**I Домашнее задание: Суть задания:** используя Интернет-источники и теоретическую литературу, найти примеры следующих разновидностей политических листовок (1 вид – 1 пример) и оценить правильность их составления:

- 1) презентационная листовка
- 2) биографическая листовка
- 3) листовка – «визитная карточка»
- 4) благодарственная листовка
- 5) информационная листовка
- 6) листовка-приглашение
- 7) листовка-памятка
- 8) листовка последнего дня
- 9) программная листовка
- 10) проблемная листовка
- 11) дискредитационная листовка

**II Домашнее задание: на основе исходного материала, выданного преподавателем, самостоятельно подготовьте и оформите биографическую листовку.**

**Для выполнения задания обращаться к литературе:**

1. Гринберг Т. Э. Политические технологии: PR и реклама. - М., 2005.
2. Егорова-Гантман и др. Политическая реклама.– М., 2002
3. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000
4. сайт «Архив политической рекламы» - [www.33333.ru](http://www.33333.ru)

### **Тема 7**

#### **Семинар «Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических кампаниях и методы противодействия им»**

**Решение ситуационных задач.**

**Суть задания:** ниже приведены конкретные примеры использования деструктивных технологий. Опираясь на теоретический материал определить разновидности этих технологий в каждом случае.

**1. О каком приеме дискредитации конкурента идет речь:**

На выборах депутатов Московской городской думы 2001г. в одном из окраинных избирательных округов наболевшей проблемой был разбитый асфальт на площади. Предприниматель, баллотировавшийся по данному округу, заасфальтировал за свой счет площадь, что было положительно оценено избирателями. Но противники бизнесмена напечатали десятки тысяч листовок, напоминавших жителям района, кто именно спонсировал ремонт площади. А затем ежедневно в течение двух недель распространяли листовки через почтовый ящик. И



избиратели, взбешенные этой назойливостью, с треском провалили этого, поначалу вполне перспективного, кандидата в день выборов.

## **2. О каком приеме снижения имиджа конкурента идет речь:**

Во время избирательной кампании на пост президента США 1964г. «избирательная ко-манда» Линдона Джонсона использовала телевизионный ролик с маленькой девочкой, ко-торую уничтожал ядерный взрыв, который ассоциировался с его конкурентом Барри Гол-дуотером. Во время избирательной кампании президента РФ 1996г. против Г. А. Зюганова использовались листовки со слоганом: «Купи еды в последний раз», расклеиваемые перед 16 июня 1996г. на рынках и продовольственных магазинах. Перед выборами губернатора Красноярского края в 1999г. распространялись слухи о якобы планировавшихся по поручению А. Лебеда терактах.

## **3. Какой прием противодействия деструктивным технологиям был использован в приведенной ниже ситуации:**

В преддверии выборов в Госдуму 1999 г. и мэра г. Москвы организаторами кампании С. Кириенко была выпущена брошюра: «Секретные материалы (пособие для СМИ, решив-ших опубликовать компромат на Сергея Кириенко)». В брошюре были представлены воз-можные инсинуации в адрес Сергея Кириенко, связанные с различными периодами жизни, деятельности, личной жизни героя, а также дана «экспертная» оценка слухам с точки зре-ния их достоверности, степени ПР-воздействия на избирателя.

## **4. Какие приёмы «имитационной дезинформации» использованы в нижеприведён-ных случаях:**

**А) Пример:** Накануне выборов в Законодательное Собрание Красноярского края в ночь на 12 апреля 2007г. неизвестные изрисовали буквально весь город, написав баллон-чиками с красной краской на стеклянных автобусных остановках, окнах домов, стеклах автомобилей, входных дверях офисов и магазинов лозунг СПС «Голосуй за Белых». В Красноярске от действий ночных «агитаторов» пострадало 526 только зданий. Интересно, что сразу же 12 апреля городские власти провели брифинг, на котором осудили «ванда-лизм СПС». Сюжеты об этом был показаны по местному ТВ.

**Б)** Так, например, осенью 2006г. в Екатеринбурге неизвестные наклеили листовки за подписью избирательной комиссии, в которых объявлялось, что Российская Партия жизни, Российская партия пенсионеров и «Родина» решением Президента РФ В.В. Путина прекращают свое существование, а потому голосовать 8 октября за указанные партии не нужно.

**В)** В ночь с 15 на 16 февраля 2010 года на щиты рязанского регионального отделе-ния ЛДПР с изображением ее лидера и надписью «ЛДПР. Рязань в обиду не дадим» неиз-вестные наклеили дополнительные элементы в виде призыва «Вернём свободные 90-е». Они подогнали цвет наклеек под агитационный материал партии. Таким образом, для про-стых жителей создавалась иллюзия достоверности партийной рекламы.

**Г)** На выборах губернатора Красноярска в 1998г. был организован марш бомжей в поддержку А. Лебеда. Неизвестные организаторы вручили им плакаты с надписью «Ле-бедеь - наш экзистенциальный выбор». 19

Д) В 2010г. во время выборов в Законодательное Собрание Челябинской области партия ЛДПР эффективно использовала в своих целях фамилию популярного бывшего губернатора Петра Сумина, члена «Единой России». Еще до начала предвыборной кампании она предложила бывшему губернатору возглавить список ЛДПР на предстоящих выборах и одновременно с этим распространила плакаты с лозунгами «ЛДПР+Сумин» и «Петр Сумин - самый достойный». Данная акция вызвала возмущение у представителей регионального отделения «Единой России», а Петр Сумин подал иск в прокуратуру по поводу незаконного использования его изображения в агитационных материалах ЛДПР. Несмотря на некорректность предпринятых действий, партия, выказав расположение популярной личности, отождествила себя и со значительной частью электората области.

## Тема 8

### Семинар «Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях»

**Задание:** пользуясь исходным материалом, представленным преподавателем, составьте конкретный план проведения встречи с избирателями, план организации агитационных пикетов.

#### Письменные задания:

- 1) ЗАДАНИЕ:** исходя из предложенных материалов (фотография кандидата, биографическая информация, программная платформа, выбранная стратегия избирательной кампании и т.д.) подготовьте установочный пакет агитационных материалов для конкретного кандидата
- 2) ЗАДАНИЕ:** исходя из предложенных преподавателем условий (характер мероприятия, целевая аудитория, сведения о кандидате и т.д.), составьте текст предвыборной речи кандидата
- 3) ЗАДАНИЕ:** исходя из предложенных условий, составьте план проведения одного из мероприятий в рамках избирательной кампании (встреча с избирателями, программа «от двери к двери», пикет)
- 4) ЗАДАНИЕ:** исходя из предложенных условий, придумайте пропагандистскую акцию и составьте ее подробный план проведения.

## 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Примерный перечень вопросов и заданий к зачету

#### Вопросы для зачета с оценкой

1. Политическая реклама и PR: сущность, структура, функции
2. Политическая и коммерческая реклама.
3. Виды политической рекламы
4. Политическая реклама, политический PR политическая пропаганда: соотношение понятий.
5. Ресурсы избирательной кампании
6. Планирование избирательной кампании (этапы, их характеристика)
7. Основные подходы к определению стратегии избирательной кампании. Виды стратегий избирательной кампании.
8. Уникальное политическое предложение, партийная идентификация и позиционирование
9. Производство рекламного текста и основные компоненты рекламного продукта
10. Политический PR и реклама на телевидении и радио
15. Политический PR и реклама в прессе
16. Политические коммуникации и Интернет
17. Групповая коммуникация в избирательной кампании
18. Организация и проведение избирательной кампании «от двери до двери»
19. Директ-маркетинг в политической кампании
20. Подготовка политических плакатов и афиш, буклетов, портретов и брошюр.
21. Спецвыпуски газет.

- 22. Виды политических листовок. Организация и проведение листовочной кампании.
- 23. Методы дискредитации конкурента в избирательных кампаниях
- 24. Методы противодействия деструктивным технологиям.
- 25. Имидж политика: сущность, структура, функции.

**Разработчики:**



Доцент кафедры рекламы

Е.А.Невмержицкая

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры

Протокол № 9 от «14» мая 2021 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*