



**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 бизнес-коммуникаций и
информатики

В.К. Карнаухова

«16» марта 2022 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.01.02 Реклама и связи с общественностью в политической сфере <i>(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины модуля)</i>
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью <i>(код, наименование направления подготовки)</i>
Направленность (профиль) подготовки:	Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника: бакалавр	
Форма обучения: заочная <i>(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий *)</i>	

Согласовано с УМК факультета бизнес-
коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы:

Протокол № 7 от «16» марта 2022 г.

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

зав. кафедры

. 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 СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
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	9
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	12
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	12
а) основная литература	12
б) дополнительная литература	13
в) периодическая литература	13
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	14
6.2. Программное обеспечение	16
6.3. Технические и электронные средства	16
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	16
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	17
8.1. Оценочные средства текущего контроля	18
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	20

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: дать студентам систематизированные теоретические знания рекламных и PR-технологий, использующихся 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)».

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.

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

- История рекламы и связей с общественностью;
- Политология.

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

- Специфика региональной рекламы и связей с общественностью;
- Имиджелогия;
- 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 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	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
	ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	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 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 4 часа на контроль.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

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

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися					
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
1	Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR	4	1	0	0	10		
2	Правовые основы политической рекламы и PR	4	0	1	0	10		
3	Целевые аудитории политической рекламы и PR	4	1	0	0	10		
4	Планирование избирательной кампании	4	0	1	0	10		

5	Производство рекламных и PR-сообщений в политических кампаниях	4	0	1	0	10	
6	Формы рекламной и PR-коммуникации в избирательных кампаниях	4	1	0	0	11	
7	Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических кампаниях и методы противодействия им	4	1	1	0	11	
8	Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	4	0	1	0	11	
9	Имидж политика	4	0	1	0	11	
Итого за 4 семестр		4	6	0	0	94	ЗаО (4)
Итого часов		4	6	0	0	94	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се-местр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
4	Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы Для закрепления и систематизации знаний: составление глоссария	неделя	10	Гл, УО	Основная литература 1,2,3 Дополнительная литература 2,4
4	Правовые основы политической рекламы и PR	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций	неделя	10	УО, Пр	Основная литература 1,2,3 Дополнительная литература 2,4
4	Целевые аудитории политической рекламы и PR	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	неделя	10	Д	Основная литература 1,2,3 Дополнительная литература 2,4

4	Планирование избирательной кампании	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: составление плана и тезисов ответа, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: решение задач</p>	2 недел и	10	Д, Пр, РЗ	Основная лите- ратура 1,2,3 Дополнительна я литература 2,4
4	Производство рекламных и PR-сообщений в политических кампаниях	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: составление плана и тезисов ответа</p>	неделя	10	Пр, РЗ	Основная лите- ратура 1,2,3 Дополнительна я литература 2,4
4	Формы рекламной и PR-коммуникации в избирательных кампаниях	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p>	неделя	11	КЛ, УО, Д, Пр, РЗ	Основная лите- ратура 1,2,3 Дополнительна я литература 2,4
4	Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических кампаниях и методы противодействия им	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: составление плана и тезисов ответа</p> <p>Для формирования умений: решение задач</p>	неделя	11	Д, Пр, РЗ	Основная лите- ратура 1,2,3 Дополнительна я литература 2,4
4	Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада</p>	неделя	11	УО, Д, Пр	Основная лите- ратура 1,2,3 Дополнительна я литература 2,4
4	Имидж политика	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p>	неделя	11	КЛ	Основная лите- ратура 1,2,3 Дополнительна я литература 2,4
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				94		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				0		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				94		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	<p>Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR</p> <p>Правовые основы политической рекламы и PR</p> <p>Целевые аудитории политической рекламы и PR</p> <p>Планирование избирательной кампании</p> <p>Производство рекламных и PR-сообщений в политических кампаниях</p> <p>Формы рекламной и PR-коммуникации в избирательных кампаниях</p> <p>Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических кампаниях и методы противодействия им</p> <p>Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях</p> <p>Имидж политика</p>
Формы текущего контроля	Глоссарий по предмету, устный опрос, практическое задание, доклад/презентация, решений задач, конспект лекций
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

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
2	2	Правовые основы политической рекламы и PR	1	Пр	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
4	4	«Ресурсы избирательной кампании» «Стратегия избирательной кампании»	1	Д, РЗ	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
5	5	«Уникальное политическое предложение, партийная идентификация и позиционирование»	1	Д	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

7	7	«Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических	1	РЗ	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
8	8	«Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях»	1	Д	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
9	9	Имидж политика	1	Д	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Понятие, структура, функции и виды политической рекламы и PR	Составить план-конспект по теме "Виды рекламы; Анализ классификаций"	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2	Правовые основы политической рекламы и PR	Самостоятельно изучить понятие предвыборная агитация, агитационный период, агитационные материалы.	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
3	Целевые аудитории политической рекламы и PR	Самостоятельно изучить программы политических партий (ЕР, КПРФ, ЛДПР, СР), их электоральную базу	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
4	Планирование избирательной кампании	составить конспект по теме "Виды стратегий ИК, виды ресурсов ИК".	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
5	Производство рекламных и PR-сообщений в политических кампаниях	составить глоссарий по теме	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
6	Формы рекламной и PR-коммуникации в избирательных кампаниях	изучить дополнительную литературу по теме	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
7	Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических кампаниях и методы противодействия им	Самостоятельно найти примеры деструктивных и манипулятивных рекламных и PR –технологий в политических кампаниях, представить в виде доклада	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

8	Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	Изучить учебную и дополнительную литературу по теме, подготовить доклад и презентацию по теме	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
9	Имидж политика	составить план-конспект по теме	ПК-1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

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 полученных 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 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 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

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный 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.

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.

альных задач.

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 PowerPoint 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.

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)

а) основная литература

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.

5. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Текст : Электронный ре-сурс] : учеб. пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 128 с. - Режим доступа: <http://rucont.ru/efd/352432?urlId=ED/XJxB13NnoYQf3n/Y/BYr5UVGE3upUJUaL0ys6a3PMQy5eYEb3JghB2wNH5NXbYO2lQDJheqswLaz6DKTbaA==>. - Режим доступа: ЭБС "РУКОНТ". - Неогранич. доступ.

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 (Университет) МИД России, 2007. - 383 с.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. 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.ру/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.

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

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

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

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

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

<p>Специальные помещения: 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:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) 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 AMDAthlon-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 MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	--

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя
2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя
3	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой 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.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
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 ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1				
2				
3				
4				
5				
6				

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	Практическое задание	Правовые основы политической рекламы и PR	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2	Доклад/презентация	Планирование избирательной кампании Производство рекламных и PR-сообщений в политических кампаниях Организация групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях Имидж политика	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
3	Решений задач	Планирование избирательной кампании Деструктивные и манипулятивные рекламные и PR –технологии в политических кампаниях и методы противодействия им	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

Примеры оценочных средств для текущего контроля

1. Классификация А. Дейяна предполагает деление политической рекламы на:

- а) жесткую и мягкую
- б) информационную, увещательную, сравнительную, напоминающую и подкрепляющую
- в) визуальную, аудиальную и аудиовизуальную

2. Впервые в России политическую рекламу стали размещать на движущихся носителях:

- а) на парламентских выборах в 1993г.
- б) на парламентских выборах в 1995г.
- в) на президентских выборах 1996г.

3. Соотнесите PR-акции и спецмероприятия со временем их проведения:

- а) акция «Голосуй или проиграешь»
 - б) русский проект ОРТ - серия социальных роликов, оказавших косвенную рекламу партии НДР (клип о космонавтах, клип «Дима, помаши ручкой маме и т.д.)
 - в) создание дома-музея Зюганова в его родном селе Мымрино
1. парламентские выборы 2003г.
 2. президентские выборы 1996г.
 3. парламентские выборы 1995г.

4. Предвыборная агитация в СМИ начинается:

- а) за 28 дней до дня голосования
- б) за 30 дней до дня голосования
- в) за 45 дней до дня голосования

5. Запрещается размещать печатные агитационные материалы:

- а) на стендах для голосования
- б) на памятниках
- в) на расстоянии 100м. от входа в помещения для голосования

6. В период избирательной кампании не допускается:

- а) аренда зданий и помещений для проведения предвыборной агитации
- б) проведение публичных агитационных мероприятий в расположении воинских частей
- в) публичное демонстрирование нацистской атрибутики и символики

7. Вид стратегии в избирательной кампании, при которой кандидат или партия присоединяется к чужому, уже сформированному в массовом сознании положительному образу, приобретая поддержку значительной части его базового электората:

- а) стратегия отождествления
- б) стратегия одной темы
- в) стратегия на основе положительного образа кандидата

8. Рекламное произведение большого формата, основным знаковым средством которого является изображение, содержащее минимум вербальной информации в виде слогана или лозунга:

- а) политический плакат
- б) листовка
- в) политическая брошюра

9. Соотнесите разновидности политических клипов и решаемые ими задачи:

- а) имиджевые клипы
 - б) идентификационные клипы
 - в) клипы последней недели
- 1) предназначены для обеспечения узнаваемости кандидата и его присутствия в информационном поле
 - 2) используются для закрепления в сознании телезрителей имиджа кандидата
 - 3) предназначены мобилизовать электорат на поддержку кандидата, призвав голосовать за него

10. В марте 2010г. в преддверии региональных выборов в Горно-Алтайске появилась наружная реклама ЛДПР с лозунгом от лица Владимира Жириновского «Приеду, увижу, посажу». Какой стилистический приём был использован в текстовом сообщении?

- а) цитата
- б) аллюзия
- в) метафора

11. В коммерческой рекламе товар «преподносится максимально близким к идеалу». В политической же рекламе образ кандидата формируется в двух обязательных измерениях: «кандидат – герой» и «кандидат – один из нас». Кому принадлежит вышеуказанное мнение?

- а) Е.В. Егорова-Гантман
- б) Д.В.Ольшанский
- в) О.А.Феофанов

12. Выберите правильный ответ:

Согласно российскому избирательному законодательству

- а) агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.
- б) агитационные материалы могут содержать коммерческую рекламу.

13. Избирательный фонд кандидата может создаваться за счет:

- а) собственных средств кандидата
- б) добровольных пожертвований граждан РФ, достигших 18-летнего возраста на день голосования
- в) средств благотворительных организаций

14. К специфическим чертам российского электората НЕ относится:

- а) высокий уровень партийной идентификации
- б) устойчивая ориентация на внешние признаки силы
- в) вера в социальное чудо

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень примеров оценочных средств.

Вопросы:

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.

Примеры заданий:

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.

Разработчики:

(подпись)

(занимаемая должность)

Е.А. Невмержицкая

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

зав. кафедры

_____  _____

В.Ю. Рабинович

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