

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры философии
и политологии
протокол от «25»июня 2018 г. №10

Согласовано:
Председатель УМК факультета
философии и социологии

зав кафедрой  Б.С.Галимов  З.Н. Хабибуллина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Политическая реклама

Дисциплина по выбору

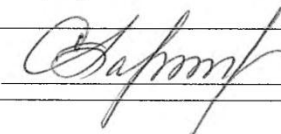
программа бакалавриата

Направление подготовки
41.03.04 политология

Направленность: государственная политика и управление

Квалификация
бакалавр

| |
|--|
| Разработчик (составитель) Доцент кафедры философии и политологии, канд.юрид.наук |
|--|

| |
|---|
|  С.Р.Парфенова |
|---|

Для приема: 2018 г.

Уфа 2018г.

Составитель: Парфенова Светлана Рафатовна

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры философии и политологии протокол от «25» июня 2018 г. № 10

Заведующий кафедрой



Галимов Б.С.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры философии и политологии, протокол № 9 от «22» апреля 2019 г.: обновлено программное оборудование и список договоров ЭБС.

И.О. заведующего кафедрой



Кудряшев А.Ф.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О./

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

| | |
|--|--|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы | |
| 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы | |
| 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) | |
| 4. Фонд оценочных средств по дисциплине | |
| 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания | |
| 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций | |
| 4.3. Рейтинг-план дисциплины | |
| 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | |
| 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины | |
| 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины | |
| 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине | |

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

Учебная дисциплина «Политическая реклама» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки по направлению подготовки 41.03.04 – «Политология» (Профиль подготовки «бакалавриат»), которыми должен обладать выпускник:

(ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.

(ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных.

| Результаты обучения | | Формируемая компетенция (с указанием кода) | Примечание |
|---------------------|---|---|------------|
| Знания | 1. Знать принципы осуществления политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Знать способы грамотно излагать стратегии политической деятельности. 3. Иметь представление о способах и навыках политической коммуникации в плане создания политического имиджа. | (ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи. | |
| | 1. Знать о специальных способах научных исследований политических процессов и отношений: описании, биографии, полном и выборочном анализе. 2. Знать методы сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 3. Иметь представление об особенностях применения специальных способов научных исследований политических процессов и отношений: описания, биографии, полного и выборочного анализа. | (ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных. | |
| Умения | 1. Уметь осуществлять эффективные коммуникации в профессиональной среде (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Уметь грамотно излагать стратегии политической деятельности. | (ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи. | |
| | 1. Уметь решать задачи по сбору и обработке данных | (ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных. | |

| | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|
| | (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 2. Уметь проводить всесторонние научные исследования политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ политических акторов). | исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных | |
| Владения (навыки / опыт деятельности) | 1. Владеть технологиями политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Владеть способностями реализации стратегий политической деятельности. | (ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи. | |
| | 1. Владеть технологиями научных исследований политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ). 2. Владеть способами и методами сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). | ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных | |

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Обучающийся по направлению подготовки «Политология» при изучении дисциплины «Политическая реклама» должен быть подготовлен к выполнению таких профессиональных задач, как планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, обладать комплексом знаний и навыков для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы, ее политическую, коммуникативную и экономическую эффективность.

Целью освоения дисциплины «Политическая реклама» является политическая социализация студентов, обеспечение политического аспекта подготовки к формированию политических рекламных продуктов; формирование первичных политических технологий, которые послужат теоретической базой и практическими навыками для взаимодействия с объектами профессиональной деятельности в виде государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органов самоуправления, политических партий, общественных объединений, СМИ.

В связи с этим необходимым условием полноценной подготовки бакалавра по направлению «Политология» с изучением дисциплины «Политическая реклама» является ознакомление с PR-технологиями применительно к разработке стратегии и тактики PR и рекламных программ, реализации программы по приоритетам, оценке эффективности и внесения корректирующих решений, выявлению и преодолению типичных ошибок при осуществлении проектов в сфере политической рекламы.

Дисциплина «Политическая реклама» (далее – дисциплина) относится к вариативной части учебного плана и изучается во взаимосвязи с другими дисциплинами.

Приступая к изучению данной дисциплины, студент должен иметь базовые знания, получаемые в рамках таких дисциплин, как: «Политология», «Современные мировые медиасистемы», «Социология массовых коммуникаций».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины

«Политическая реклама», являются необходимыми для подготовки выпускника по направлению подготовки «Политология». Дисциплина изучается на 3 курсе в пятом семестре

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении №1

4.Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

(ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения | |
|-------------------------------------|---|---|---|
| | | Не зачтено | Зачтено |
| Первый этап (уровень) | 1. Знать принципы осуществления политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Знать способы грамотно излагать стратегии политической деятельности. 3. Иметь представление о способах и навыках политической коммуникации в плане создания политического имиджа. | Не сформированы: Знания принципов осуществления политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Знания способов грамотно излагать стратегии политической деятельности. 3. представления о способах и навыках политической коммуникации в плане создания политического имиджа. | Сформированы: Знания принципов осуществления политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Знания способов грамотно излагать стратегии политической деятельности. 3. представления о способах и навыках политической коммуникации в плане создания политического имиджа |
| Второй этап (уровень) | 1. Уметь осуществлять эффективные коммуникации в профессиональной среде (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Уметь грамотно излагать стратегии политической деятельности. | Не сформированы умения: осуществлять эффективные коммуникации в профессиональной среде (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. грамотно излагать стратегии политической деятельности. | Сформированы умения: осуществлять эффективные коммуникации в профессиональной среде (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. грамотно излагать стратегии политической деятельности. |
| Третий этап (уровень) | 1. Владеть технологиями политической коммуникации | Не сформированы владения:1 технологиями политической | Сформированы владения:1 технологиями |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Владеть способностями реализации стратегий политической деятельности. | коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. способностями реализации стратегий политической деятельности. | политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. способностями реализации стратегий политической деятельности. |
|--|--|---|--|

(ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных.

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения | |
|-------------------------------------|---|---|--|
| | | Не зачтено | Зачтено |
| Первый этап (уровень) | 1. Знать о специальных способах научных исследований политических процессов и отношений: описании, биографии, полном и выборочном анализе. 2. Знать методы сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 3. Иметь представление об особенностях применения специальных способов научных исследований политических процессов и отношений: описания, биографии, полного и выборочного анализа. | Не сформированы: 1. Знания о специальных способах научных исследований политических процессов и отношений: описании, биографии, полном и выборочном анализе. 2. Знания методов сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 3. представление об особенностях применения специальных способов научных исследований политических процессов и отношений: описания, биографии, полного и выборочного анализа. | Сформированы: 1. Знания о специальных способах научных исследований политических процессов и отношений: описании, биографии, полном и выборочном анализе. 2. Знания методов сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 3. представление об особенностях применения специальных способов научных исследований политических процессов и отношений: описания, биографии, полного и выборочного анализа. |
| Второй этап (уровень) | 1. Уметь решать задачи по сбору и обработке данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 2. Уметь проводить всесторонние научные исследования политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ политических акторов). | Не сформированы умения: 1. решать задачи по сбору и обработке данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 2. проводить всесторонние научные исследования политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ политических акторов). | Сформированы умения: 1. решать задачи по сбору и обработке данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 2. проводить всесторонние научные исследования политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ политических акторов). |
| Третий этап (уровень) | 1. Владеть технологиями научных исследований политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ). 2. Владеть способами и методами сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). | Не сформированы владения: 1. технологиями научных исследований политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ). 2. способами и методами сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). | Сформированы владения: 1. технологиями научных исследований политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ). 2. способами и методами сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). |

| | | | |
|--|--|---------------------|---|
| | | пузырьковый метод). | сортировочное дерево, пузырьковый метод). |
|--|--|---------------------|---|

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов), не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

| Этапы освоения | Результаты обучения | Компетенция | Оценочные средства |
|--------------------|---|---|----------------------------|
| 1-й этап Знания | <p>1. Знать принципы осуществления политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг).</p> <p>2. Знать способы грамотно излагать стратегии политической деятельности.</p> <p>3. Иметь представление о способах и навыках политической коммуникации в плане создания политического имиджа.</p> <p>1. Знать о специальных способах научных исследований политических процессов и отношений: описании, биографии, полном и выборочном анализе.</p> <p>2. Знать методы сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод).</p> <p>3. Иметь представление об особенностях применения специальных способов научных исследований политических процессов и отношений: описания, биографии, полного и выборочного анализа.</p> | <p>(ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.</p> <p>(ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных.</p> | доклад, эссе, устный опрос |

| | | | |
|--------------------------------------|--|---|-----------------------------------|
| <p>2-й этап Умения</p> | <p>1. Уметь осуществлять эффективные коммуникации в профессиональной среде (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Уметь грамотно излагать стратегии политической деятельности.</p> <p>1. Уметь решать задачи по сбору и обработке данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод). 2. Уметь проводить всесторонние научные исследования политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ политических акторов).</p> | <p>(ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.</p> <p>(ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных.</p> | <p>доклад, эссе, устный опрос</p> |
| <p>3-й этап Владеть навыками</p> | <p>1. Владеть технологиями политической коммуникации (спин-докторинг, краудфандинг, фандрайзинг). 2. Владеть способностями реализации стратегий политической деятельности.</p> <p>1. Владеть технологиями научных исследований политических процессов и отношений (полный и выборочный анализ). 2. Владеть способами и методами сбора и обработки данных (маршрутная карта, шкалирование, индексация, таблица случайных чисел, сортировочное дерево, пузырьковый метод).</p> | <p>(ОПК-3) – владение навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способность грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.</p> <p>(ПК-1) – владение навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами сбора и обработки данных.</p> | <p>доклад, эссе, устный опрос</p> |

Оценочное средство: **доклад**

Доклад – подготовленное студентом самостоятельно публичное выступление (на 6-10 минут) по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической задачи. В докладе используется не более трех источников, материал подается в виде презентации. Вывод о владении студентом материалом делается по итогам ответов на вопросы преподавателя.

Темы докладов:

1. Основные понятия и категории политического маркетинга и место политической рекламы в нем.
2. Определения политической рекламы.
3. Функции политической рекламы.
4. Субъекты и предмет политической рекламы.
5. Цели и задачи политической рекламы.
6. Виды политической рекламы.
7. История развития политической рекламы.
8. Взаимосвязь политической рекламы с другими технологиями политического маркетинга (пропаганда, PR).
9. Закономерности, условия и механизмы влияния политической рекламы на

политическую активность масс в обществе.

10. Реклама как вид политической коммуникации.

11. Характеристика различных видов рекламы.

12. Природа психологического воздействия в политической рекламе.

13. Что такое электоральный выбор кандидата? Какие факторы на него влияют?

14. Из каких элементов состоит механизм психологического воздействия

политической рекламы на электорат?

15. Типология электората

Шкала оценивания:

5 баллов (при отличном усвоении (продвинутом)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, доклад отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом;

4 балла (при хорошем усвоении (углубленном)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, доклад отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом;

1 балл (при неполном усвоении (пороговом)) выставляется обучающемуся, доклад которого демонстрирует знание процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры.

Допускается 6 докладов в семестр

Оценочное средство: **Эссе (письменная работа)**

Эссе – письменная работа, выполненная шрифтом Times New Roman, 14, интервал полуторный, 2 страницы печатного текста составляет около 45 строк или 5-7 средних абзацев.

Примерная тематика эссе:

1. Методы политической рекламы.

2. Средства политической рекламы.

3 Контактные формы политической рекламы.

4 Неконтактные формы политической рекламы.

5. Жанры политической рекламы в прессе.

6. Группы жанров в политической рекламе на телевидении.

7 Формы политической рекламы на ТВ: ролик.

8 Формы политической рекламы на ТВ: видеоклип.

9 Формы политической рекламы на ТВ: видеофильм, рекламная телепередача.

10. Основные преимущества Интернет-среды для организации рекламных и PR-кампаний в политике.

11. Типы сетевых ресурсов: информационные, презентационные, интерактивные.

12. Печатные жанры политической рекламы.

13. Формы непосредственной коммуникации с избирателями.

14 Основные нормы правового регулирования политической рекламы.

15 Оценка эффективности политической рекламы.

Шкала оценивания:

Работа выполнена в соответствии с предъявленными требованиями – **5 баллов**

- используемые понятия строго соответствуют теме умело используются приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений – **2 балла**

- изложение ясное и четкое, приводимые доказательства логичны – **2 балла**

- приведены соответствующие теме и проблеме примеры – **1 балл**

Всего за эссе ставится **5 баллов**.

В случае, если студент не соответствует требованию элемента шкалы оценивания, из 5 баллов вычитается балл, соответствующий не выполненному требованию. Например: студент подготовил эссе с нечетким и неясным доказательством и с нелогичными выводами. В этом случае, из 5 баллов вычитается 2 балла.

Всего за семестр необходимо выполнить 4 письменные работы

Оценочное средство: **устный опрос**

Устный опрос – диалог преподавателя со студентом, цель которого – систематизация и уточнение имеющихся у студента знаний, проверка его индивидуальных возможностей усвоения материала.

Примерные вопросы к устному опросу

1. Нарисуйте схему существующей системы СМИ (в России, в США) с указанием собственников масс-медиа и состава крупных холдингов.

2. Выберите две (российскую и американскую) политические онлайн-кампании, в которых применялись техники и приемы негативной кампании, и проведите сравнительный анализ этих технологий,

3. Разработайте схему управления интернет-кампанией и сформируйте команду для управления политической предвыборной интернет-кампанией.

3. Выбор печатной политической рекламы любого кандидата или партии и проведение ее анализа по следующим позициям:

а) кто заплатил за рекламу?

б) какую информацию несет в себе данное рекламное сообщение? Какова основная идея?

в) какими средствами до зрителя и читателя доносится эта идея?

г) как реклама влияет на аудиторию?

д) какова цель этой рекламы?

е) как бы вы сами оценили эту рекламу? Достояна ли она доверия?

Шкала оценивания

25 баллов (при отличном усвоении (продвинутом)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом; умеет объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры;

15 баллов (при хорошем усвоении (углубленном)) выставляется обучающемуся, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владеет терминологическим аппаратом;

умеет объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры; однако допускаются одна - две неточности в ответе;

5 баллов (при неполном усвоении (пороговом)) выставляется обучающемуся, ответ которого демонстрирует знание процессов изучаемой предметной области, отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточностью логичности и последовательности ответа.

Допускается несколько ошибок в содержании ответа;

0 баллов (при отсутствии усвоения (ниже порогового)) выставляется обучающемуся, ответ которого обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличается неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов;

неумением давать аргументированные ответы, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

Вопросы к зачету

1. Основные понятия политической рекламы.
2. Паблик рилейшенз и политическая реклама.
3. Политическая реклама и массовое сознание.
4. Политическая реклама и идеология, система ценностей.
5. Политическая реклама и пропаганда.
6. Политическая реклама и стратегия определенных политических сил.
7. Политическая реклама и смоделированный образ кандидата.
8. Политическая реклама и визуальный ряд.
9. Политическая реклама и звуковой ряд.
10. Политическая реклама и информация об определённых фактах, реальных или вымышленных.
11. Политическая реклама и основная идея рекламной кампании.
12. Наиболее распространённые формы прямой политической рекламы.
13. Особенности политической рекламы на транспорте.
14. Политические объявления в печатных СМИ
15. Политические рекламные ролики в электронных СМИ.
16. Наиболее распространённые формы косвенной политической рекламы.
17. Место и роль в политической рекламе личные встречи с кандидатом (лидером партии)
18. Место и роль в политической рекламе встречи с доверенными лицами
19. Место и роль в политической рекламе работу [агитаторов](#)
20. Место и роль в политической рекламе репортажи в новостных программах ТВ, радио и газетах о кандидате и его действиях
21. Место и роль в политической рекламе личное участие кандидата в различных радио - и телепрограммах
22. Место и роль в политической рекламе интервью с кандидатом, публикация различных материалов о нём
23. Место и роль в политической рекламе пресс-конференции кандидата
24. Место и роль в политической рекламе публикация писем, обращений и инициатив кандидата
25. Место и роль в политической рекламе пикеты, митинги, демонстрации в поддержку кандидата или возглавляемые им
26. Место и роль в политической рекламе растяжки (перетяжки), транспаранты, развешиваемые поперёк улиц и на зданиях
27. Место и роль в политической рекламе различные [акции](#) благотворительного и гуманитарного характера, осуществляемые кандидатом или от его имени.
28. Формирование положительной общей электоральной установки - готовности принять участие в выборах в политической рекламе.
29. Формирование частной электоральной установки - готовности проголосовать за определённого кандидата (партию) в политической рекламе.
30. Перспективы развития политической рекламы в современной России.

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг-план представлен в Приложении №2

5 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для

ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

а) основная:

1. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] / Кузнецов П. А. - М.: Юнити-Дана, 2012 - 128 с URL: <http://www.biblioclub.ru/book/116754/>

Дополнительная литература

1. Романов А. А. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин, М. В. Маркова - М.: Евразийский открытый институт, 2010 - 416 с. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=93153&sr=1.
2. Алтунян А.Г. Анализ политических текстов. Курс лекций [Электронный ресурс] / Алтунян А. Г. - М.: Логос, 2012 - 383 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505>
3. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Гринберг Т. Э. - М.: Аспект Пресс, 2006 - 318 с URL: <http://www.biblioclub.ru/book/104080/>
4. Гаврилова М. В. Методы и методики исследования политической коммуникации [Электронный ресурс] / М. В. Гаврилова - СПб.: Издательство Невского института языка и культуры, 2008 - 91 с URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137746&sr=1>
5. Марочкина С.С. Введение в специальность. Реклама. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Марочкина С. С. - М.: Юнити-Дана, 2012 - 240 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>
6. Щабельский Л. М. Избирательная кампания как рекламный PR-процесс [Электронный ресурс] / Л. М. Щабельский - М.: Лаборатория книги, 2012 - 125 с URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140239>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
3. Гарант – информационно-правовой портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.garant.ru.
4. Официальный Интернет-портал правовой информации: Государственная система правовой информации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pravo.gov.ru.
5. Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru.
6. Российская газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rg.ru.

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.
3. Windows 10. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г.
4. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License.

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- Для обеспечения учебного процесса по данной дисциплине БашГУ располагает:
- лекционными классами, оборудованными партами, стульями, кафедрой, учебной доской,
 - компьютерными классами с доступом к сети Интернет для выхода в электронный читальный зал БашГУ (режим доступа: - <http://lib.bashedu.ru>, «Университетскую библиотеку онлайн»

(режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>). Все – в стандартной комплектации, для подготовки студентов к семинарским занятиям и обеспечения их самостоятельной работы;

– библиотекой с читальным залом, книжный фонд которой составляют методическая и учебная литература, научные и художественные журналы, электронные учебники;

– официальным сайтом БашГУ (режим доступа: <http://www.bashedu.ru>), на котором находится информация о конкурсах и конференциях вуза, об успеваемости и промежуточной аттестации каждого студента, нормативно-правовые документы.

Компьютерный класс, оргтехника (сканер, принтер), мультимедийное оборудование (во время лекционных и практических занятий), доступ к сети Интернет и справочно-правовым системам (во время практических занятий и самостоятельной подготовки), доступ к электронной библиотеке БашГУ.

| Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий | Вид занятий | Наименование оборудования, программного обеспечения |
|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| <p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудитория № 307 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4); - аудитория № 308 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4); | Лекции | <p>Аудитория № 307 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 308 Учебная мебель, доска.</p> |
| <p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудитория № 321 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4); - аудитория № 327 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4); | Практические занятия | <p>Аудитория № 321 Учебная мебель, доска.</p> <p>Аудитория № 327 Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQmx511, инв. номер – 00002101047688 (1 штука), экранScreenMediaEconomy-P, формат 180*180 MB 1:1 SPW-1102, инв. Номер – 00002101047688 (1 штука).</p> |
| <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудитория № 327 (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4); - аудитория № 419 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4); - аудитория № 421 Лаборатория ИТ | Индивидуальные и групповые консультации | <p>Аудитория № 327 Учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор BenQmx511, инв. номер – 00002101047688 (1 штука), экранScreenMediaEconomy-P, формат 180*180 MB 1:1 SPW-1102, инв. Номер – 00002101047688 (1 штука).</p> <p>Аудитория № 419 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, моноблоки МоноблокLenovoThinkCentreAll-in-One 2048MB 320GB, инв. номер 410134000000704-410134000000718 (15 штук).</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>(помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p> | | <p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, доска, мультимедиа-проектор BenQMX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Компьютеры PowerCool/Core i3-8100 (3/6)/8Gb/HDD 1Тб/DVD-RW/450W/Win10 Pro/Кл-ра USB/ Мышь USB/LSD Монитор 21,5 (15 штук).</p> <p>1.Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г 3. Windows 10. Бессрочная. №004 от 19.03.2019 г. 4. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License.</p> |
| <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>- аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д. 3, корп. 4);</p> | <p>Текущий контроль и промежуточная аттестация</p> | <p>Аудитория № 421 Лаборатория ИТ Учебная мебель, шкафы, доска, мультимедиа-проектор BenQMX660, экран настенный Classic Norma 244*183. Компьютеры PowerCool/Core i3-8100 (3/6)/8Gb/HDD 1Тб/DVD-RW/450W/Win10 Pro/Кл-ра USB/ Мышь USB/LSD Монитор 21,5 (15 штук).</p> <p>1. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г 2. Windows 10. Бессрочная. №004 от 19.03.2019 г. 3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License.</p> |
| <p>5.помещение для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p> | <p>Самостоятельная работа</p> | <p>Читальный зал № 5 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер KyoceraM130 – 1 шт., сканер EpsonV33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, МоноблокIRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p> |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
дисциплины Политическая реклама на 5 семестр
_____ очная _____
форма обучения

| Вид работы | Объем дисциплины |
|---|-------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов) | 72/2 |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем: | 38,2 |
| лекций | 18 |
| практических/ семинарских лабораторных | 18 |
| других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР) | 0,2 |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету | 33,8 |

Форма контроля:
«зачет» 5 семестр

| № п/п | Тема и содержание | Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах) | | | | Основная и дополнительна я литература, рекомендуемая студентам (номера из списка) | Задания по самостоятельной работе | Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) |
|----------|--|---|--------|----|----|--|---|---|
| | | ЛК | ПР/СЕМ | ЛР | СР | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1. | Тема 1. Понятие, виды политической рекламы. Функции рекламной группы в политической кампании. Основные принципы организации рекламной кампании. | 2 | 2 | | 5 | №№1-7. | 1. изучение вопросов темы; 2. конспектирование основной и доп. литературы; 3. проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет. | 1) Проверка научной и учебной литературы 2) Проверка рабочей тетради. 3) Доклад в рамках практического занятия. |
| 2. | Тема 2. Политический маркетинг. Рынок в политике и экономике: общее и особенное. | 4 | 4 | | 6 | №№1-7. | 1. изучение вопросов темы; 2. конспектирование основной и доп. литературы; 3. проработка конспекта лекций, учебников. | 1) Проверка научной и учебной литературы 2) Проверка рабочей тетради. 3) Доклад в рамках практического занятия. |
| 3. | Тема 3. Стереотипы и символы. Политическая речь. Модели поведения по уровню включенности в избирательный процесс осознанности голосования. | | | | | №№1-7. | 1. изучение вопросов темы; 2. конспектирование основной и доп. литературы; 3. проработка | 1) Проверка научной и учебной литературы 2) Проверка рабочей тетради. 3) Доклад в рамках |

| | | | | | | | | |
|----|--|----|----|--|------|--------|---|---|
| | | 4 | 4 | | 6 | | конспекта лекций, учебников. | практического занятия. |
| 4. | Тема 4. Особенности избирательного маркетинга в России | 4 | 4 | | 6 | №№1-7. | проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет. | 1) Проверка научной и учебной литературы 2) Проверка рабочей тетради. 3) Доклад в рамках практического занятия. |
| 5. | Тема 5. Технологии организации непосредственного общения в политических кампаниях. Массовые мероприятия в кампаниях | 2 | 2 | | 5 | №№1-7. | изучение вопросов темы; | 1) Проверка научной и учебной литературы 2) Проверка рабочей тетради. |
| 6. | Тема 6. Управление процессами структуризации в политических кампаниях | 2 | 2 | | 4,8 | №№1-7. | 1. изучение вопросов темы; 2. конспектирование основной и доп. литературы; 3. проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет. | 4) Проверка научной и учебной литературы 5) Проверка рабочей тетради. 6) Доклад в рамках практического занятия. |
| | Зачет | | | | | | | |
| | Всего часов: | 18 | 18 | | 33,8 | | 2,2 | |

Рейтинг-план дисциплины
«Политическая реклама»
 по направлению подготовки 41.03.04 – «Политология»
 (Профиль подготовки «государственная политика и управление»),
 курс 3, семестр 5 2018 /2019гг.

| Виды учебной деятельности студентов | Балл за конкретное задание | Число заданий за семестр | Баллы | |
|--|----------------------------|--------------------------|-------------|--------------|
| | | | Минимальный | Максимальный |
| Модуль 1 | | | | |
| Текущий контроль | | | | 25 |
| 1. доклады | 5 | 3 | | 15 |
| 2. эссе | 5 | 2 | | 10 |
| Рубежный контроль | | | | 25 |
| устный опрос | 25 | 1 | | 25 |
| 2. | | | | |
| Модуль 2 | | | | |
| Текущий контроль | | | | 25 |
| 1. доклады | 5 | 3 | | 15 |
| 2. эссе | 5 | 2 | | 10 |
| Рубежный контроль | | | | 25 |
| 1. устный опрос | 25 | 1 | | 25 |
| 2. | | | | |
| Поощрительные баллы | | | | |
| | | | | 10 |
| 1. Студенческая олимпиада | | | | 2 |
| 2. Публикация статей | | | | 3 |
| 3. Работа со школьниками (кружок, конкурсы, олимпиады) | | | | 5 |
| 4 ... | | | | |
| Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов) | | | | |
| 1. Посещение лекционных занятий | | | 0 | -6 |
| 2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий) | | | 0 | -10 |
| Итоговый контроль | | | | |
| | | | | 110 |
| 1. Зачет (дифференцированный зачет) | | | | 110 |
| 2. Экзамен | | | | |

Шкалы оценивания:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
 не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).