



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Лыкова Т.Д.

(подпись)

(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа

В.А. Казакова

(подпись)

(ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Политическая реклама

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Форма подготовки очная

курс 3 семестр 6

лекции 18 час.

практические занятия 18 час.

в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 0 /лаб. 0 час.

всего часов аудиторной нагрузки 108 час.

в том числе с использованием МАО 0 час.

самостоятельная работа 72 час.

в том числе на подготовку к экзамен 36 час.

экзамен семестр 6

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд. полит.наук, Казакова В.А.

Составители: канд. культурологии, доцент ДКМ Бутырин Д.А.

Владивосток
2019

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: является выработка целостного представления о месте и роли политической рекламы в конструировании политических дискурсов, понимание их назначения в политической коммуникации и формирование на этой основе теоретико-методологической культуры анализа символической природы политических явлений и процессов. Курс позволяет овладеть практическими навыками применения базовых аналитических методик понимания и оценки эффективности технологии политического позиционирования акторов и процессов политической системы.

Задачи:

- понимать дискурсивную природу политической сферы современного общества;
- уяснить процесс производства дискурсов и роль рекламы в этом;
- выявить технологию продвижения в поле политики политических артефактов;
- понимать политическую рекламу как важный элемент политического менеджмента;
- правильно конструировать символы и образы, для легитимизации политических решений и проведения политических кампаний.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает, как выявить проблему, осуществлять поиск информации и интерпретировать ее для решения поставленных задач УК-1.2. Умеет сравнивать возможные варианты решения, оценивать их преимущества и недостатки, формулировать собственную позицию в

		<p>рамках поставленной задачи.</p> <p>УК-1.3. Владеет навыками использования поиска, критического анализа и синтеза информации, системного подхода для решения поставленных задач; способностью формировать собственное мнение, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи</p>
--	--	--

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>

		ОПК-5.3. Владеет основными методами и навыками проведения анализа и определения тенденций развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
--	--	--

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: авторский		
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы

			и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, адресованный разным целевым группам/группам обществу	ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-8.1 Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-8.2 Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта</p> <p>ПК-8.3 Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта</p>

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ (18 час.)

Тема 1. Сущность, цель, предмет, задачи, функции и виды политической рекламы (2 часа).

Тема 2. История политической рекламы в зарубежных странах. (2 часа).

Тема 3. История политической рекламы в России (2 часа).

Тема 4. Современная зарубежная политическая реклама (2 часа).

Тема 5. Советская политическая реклама (2 часа).

Тема 6. Политическая реклама в России постсоветского периода (2 часа).

Тема 7. Правовые аспекты политической рекламы (2 часа).

Тема 8. Психологические аспекты политической рекламы (2 часа).

Тема 9. Рекламное обращение политической рекламы (2 часа).

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические работы (18 час.)

Занятие 1. Сущность, цель, предмет, задачи, функции и виды политической рекламы (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. В чем сущность политической рекламы?
2. Кто является объектом политической рекламы?
3. Кто может быть субъектом политической рекламы?
4. Что такое заказная статья в политической рекламе?
5. В чем отличие прямой рекламы о косвенной?
6. Приведите примеры политической рекламы.

Занятие 2. История политической рекламы в зарубежных странах (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Какие формы политической рекламы существовали в древних государствах?
2. Какая форма политической рекламы доминировала в средние века?

3. Расскажите о карикатурном жанре в политической рекламе.
4. Назовите ведущих художников-карикуристов.
5. Когда появилась сувенирная политическая реклама?
6. Расскажите о плакатном жанре в политической рекламе.

Занятие 3. История политической рекламы в России (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. В каких формах была выражена политическая реклама в средневековой России, какая из этих форм доминировала в тот период?
2. Расскажите о визуальной рекламе в России.
3. Что такое лубок?
4. Охарактеризуйте письменную рекламу петровского времени.
5. Расскажите о рекламе времени Петра I и Екатерины II.
6. В чем было преимущество использования фотографии в рекламе?

Занятие 4. Современная зарубежная политическая реклама (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Перечислите обязательства правительств, признаваемые международным правом, в сфере политической рекламы.
2. Перечислите каналы трансляции политической рекламы
3. Что характерно для современного политического плаката?
4. Что характерно для использования ТВ как канала трансляции политической рекламы?
5. Какая сегодня форма рекламы востребована более всего в политической рекламе?
6. Дайте общую характеристику современной зарубежной политической рекламе.

Занятие 5. Советская политическая реклама (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Что характерно для плаката как жанра политической рекламы периода гражданской войны?
2. Какие темы затрагивала советская политическая реклама довоенного периода?
3. Расскажите о политической рекламе периода Великой отечественной войны.
4. Политическая радиореклама в СССР, как она развивалась?
5. Развитие жанра листовки в политической рекламе военного времени.
6. Охарактеризуйте телевизионную политическую рекламу в СССР.
7. Дайте общую характеристику политической рекламы советского периода.

Занятие 6. Политическая реклама в России постсоветского периода (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Что такое «институциональная реклама»?
2. Расскажите об интернете как канале трансляции политической рекламы.
3. Что такое политическая культура, ее основные характеристики в современной России?
4. Расскажите о роли телевидения в российской политической рекламе.
5. Что характерно для политической рекламы в современной России?
6. Приведите примеры политической рекламы.

Занятие 7. Правовые аспекты политической рекламы (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Попадает или нет политическая реклама под закон «О рекламе» в РФ?

2. Перечислите законодательные акты, регулирующие деятельность в сфере политической рекламы в РФ.

3. Как в РФ пресекаются ложные слухи и сплетни о политическом субъекте, порочащие его честь и достоинство?

4. Что такое «политическая агитация», и кто ее могут осуществлять?

5. В чем отличие политической рекламы, от других видов политической агитации?

6. В чем заключается разница между политической агитацией и политической пропагандой?

Занятие 8. Психологические аспекты политической рекламы (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Что такое «психологическое воздействие»?

2. Перечислите методы психологического воздействия, применяемые в политической рекламе.

3. Что такое «эффект заражения», и как при этом ведет себя человек?

4. В чем состоит суть манипулирования?

5. Можно или не рассматривать очень частое повторение рекламных обращений как метод внушения?

6. Присутствует или нет момент внушения при использовании НЛП?

Занятие 9. Рекламное обращение политической рекламы (2 часа).

Вопросы для обсуждения

1. Элементы рекламного обращения в политической рекламе.

2. Требования, применяемых к слогану и функциях, выполняемых им в рекламном обращении в политической рекламе.

3. В каких жанрах может быть написана «биография» в рекламном обращении политической рекламы, и какой из них и почему является самым объективным?

4. Расскажите о сути написания обещаний политического субъекта в рекламном обращении, в каком случае они будут эффективны?

5. Что такое «политический рынок»?

6. Расскажите о «цветовой иллюзии» в политической рекламе.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению

Под самостоятельной работой понимается познавательная деятельность студентов, осуществляемая на всех видах учебных занятий, а так же в часы внеаудиторной подготовки к аудиторным занятиям. Следует отметить, что обучение студента – это не самообразование индивида по собственному произволу, а систематическая, управляемая преподавателем познавательная деятельность студента, направленная на развитие профессиональных и общекультурных компетенций, на преобразование информации в знание;

Структурно самостоятельную работу студента по изучению дисциплины можно разделить на две части – работа, организуемая преподавателем работа на аудиторных занятиях и работа, которую студент организует по своему усмотрению, без непосредственного контроля со стороны преподавателя.

Самостоятельная работа помогает студентам:

1) овладеть знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы и т.д.);

- составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста и т.д.;

- работа со справочниками и др. справочной литературой;
- ознакомление с нормативными и правовыми документами;
- учебно-методическая и научно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др.;

2) закреплять и систематизировать знания:

- работа с конспектом лекции;
- обработка текста, повторная работа над учебным материалом учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей;
- подготовка плана;
- составление таблиц для систематизации учебного материала;
- подготовка ответов на контрольные вопросы;
- аналитическая обработка текста;
- подготовка мультимедиа презентации и докладов к выступлению на семинаре (конференции, круглом столе и т.п.);
- тестирование и др.;
- использовать известные программные продукты в учебной и научной деятельности;

3) формировать умения:

- подготовка к контрольным работам;
- подготовка к тестированию;
- проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности;
- анализ специализированного программного обеспечения;
- анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности и уровня умений студентов.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов должен осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине,

может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	История политической рекламы в зарубежных странах. (2 часа).	ОПК-5	Умеет осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	УО-1, УО-4, ПР-2, ПР-4	УО-2
3	Психологические аспекты политической рекламы (2 часа).	ПК-4	Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	УО-1, УО-4, ПР-2, ПР-4	УО-2

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

«Политическая реклама»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	6 семестр	Подготовка к практическому занятию	18 час.	Работа на практических занятиях
2.	6 семестр	Подготовка материалов для письменной работы	18 час.	Защита реферата /доклада / эссе
3.	6 семестр	Написание исследов. работы реферат/доклад/ Подготовка к зачету	36 час.	Защита работы Устный опрос (зачет)
			72	

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Политическая реклама: теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 030602 "Связи с общественностью" / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ, 2017. - 127 с.

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=IPRbooks:IPRbooks-81729&theme=FEFU>

2. Коноваленко А. В. Психология политической рекламы. — Ростов н/Д: «Феникс», 2018. — 96 с

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:232943&theme=FEFU>

Дополнительная литература (печатные и электронные издания)

1. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров : учебник для вузов по экономическим направлениям и специальностям / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко ; Российский государственный торгово-экономический университет. Москва : Юрайт, 2013 - 468 с.

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:693187&theme=FEFU>

2. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы: учеб. пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 236 с.

3. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации / Е.А. Кожемякин. – М.: ИНФРА- М, 2019. – 189 с

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=Znanium:Znanium-398446&theme=FEFU>

4. Коноваленко, В. А. Управленческая психология : учебник для среднего профессионального образования / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, А. А. Соломатин. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 368 с

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=Urait:Urait-477848&theme=FEFU>

5. Теория коммуникации : учебник для бакалавров : учебник для вузов по гуманитарным направлениям и специальностям / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко ; Российский государственный торгово-экономический университет. Юрайт, 2012.

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:693537&theme=FEFU>

6.Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 414 с.

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:13496&theme=FEFU>

7.Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 159 с.

<https://lib.dvfu.ru/lib/item?id=chamo:806199&theme=FEFU>

8.PR в сфере коммерции : учебник для вузов / [И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев] ; под ред. И. М. Синяевой. Москва : Вузовский учебник, : Инфра-М, 2015. – 297 с.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avertision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции

цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Политическая реклама» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Политическая реклама» проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-3 Коллоквиум, ПР-2 Контрольная работа и т.д.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Политическая реклама» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

Критерии оценки (устного доклада, реферата, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических

ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада:

цена	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
открытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
формление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации

ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений
-------------------	------------------------	---------------------------------------	--	--

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Оценочные средства для промежуточной аттестации **Примерный перечень вопросов к экзамену:**

1. Определение политической рекламы.
2. Цели, задачи, функции политической рекламы.
3. Субъект, объект, методы политической рекламы.
4. Политическая реклама и коммерческая реклама: общее и особенное.
5. Устная политическая реклама.
6. Политическая радиореклама.
7. Политическая карикатура.
8. Политический портрет.
9. Политический плакат.
10. Листовка. Буклет. Брошюра.
11. Кинореклама, мультфильмы как жанры политической рекламы.
12. Телевизионная реклама.

13. Сувенирная продукция как политическая реклама.
14. Новые виды политической рекламы: Интернет реклама, мобильная реклама.
15. Первые политические кампании 1989-1991 гг.
16. Парламентские выборы 1993 и 1995 гг.
17. Политическая реклама в президентских выборах 1996 г.
18. Использование политической рекламы в парламентских выборах 1999, 2003, 2007 гг.
19. Использование политической рекламы в президентских выборах 2000, 2004 и 2008 гг.
20. Политическая реклама на выборах депутатов Государственной Думы 2011г.
21. Политическая реклама на президентских выборах 2012 г.
22. Особенности применения политической рекламы на региональных и муниципальных выборах.
23. Особенности воздействия политической рекламы на сознание.
24. Виды психологических воздействий в политической рекламе.
25. Символы в политической рекламе.
26. Особенности, структура политического имиджа.
27. Функции и типология политического имиджа.
28. Технологии формирования политического имиджа.
29. Особенности формирования имиджа политического лидера.
30. Формирование имиджа политических партий.
31. Зарубежный опыт применения политической рекламы

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Политическая реклама»:**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по основам редакторского дела, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных методов работы редактора в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы редактора.

85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Использует основной терминологический аппарат по технологии редакционно-издательского процесса, способен решить стандартные практические задачи по редакторскому делу, знает основные нормативно-правовые акты, влияющие на способы и методы работы редактора.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, не владеет способами и методами работы редактора с фактическим материалом, не владеет нормативно-правовыми актами и не применяет их.
60-50	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.