

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии политической рекламы»**

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы

Цель дисциплины - формирование знаний, умений и навыков, необходимых для анализа, диагностики и прогнозирования деятельности в области политической рекламы.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о политической рекламе как структурном компоненте политического маркетинга;
- формирование представлений о видах политической рекламы и каналах рекламной коммуникации;
- формирование представлений о стратегиях и технологиях политической рекламы в современных условиях;
- формирование и развитие у магистров умений и навыков, необходимых для самостоятельной разработки экспертных материалов по вопросам политической рекламы, отражения маркетинговых подходов в стратегиях деятельности политических акторов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Технологии политической рекламы» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для изучения дисциплины «Технологии политической рекламы» студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере», «Медиаменеджмент профессиональной коммуникации и политическая публицистика», «Современные технологии политического менеджмента», «Публичная политика и управление». Знания, полученные студентами при изучении дисциплины «Технологии политической рекламы», будут использоваться в процессе итоговой аттестации.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять аналитическую поддержку выработки и принятия политических решений, комплексное сопровождение консультирования субъектов политики на основе диагностики, анализа и прогнозирования политических процессов и ситуаций	
ИПК-1.1. Осуществляет анализ и диагностику политических процессов и разрабатывает прогнозы политических процессов в РФ.	Знает методы анализа и диагностики политических процессов, прогнозирования политических процессов в РФ.
	Умеет осуществлять анализ и диагностику политических процессов и разрабатывать прогнозы политических процессов в РФ.
	Владеет навыками анализа и диагностики политической рекламы.
ИПК-1.2. Самостоятельно разрабатывает экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.	Знает содержание, жанровые разновидности экспертно-аналитических материалов по вопросам внутренней и внешней политики РФ, методы их разработки.
	Умеет самостоятельно разрабатывать экспертно-аналитические материалы по вопросам внутренней и внешней политики РФ.

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
	Обладает навыками самостоятельной разработки экспертно-аналитических материалов по вопросам политической рекламы в РФ.
ИПК-1.3. Разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества.	Знает стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества.
	Умеет разрабатывать стратегии деятельности органов государственной власти РФ, неправительственных организаций и бизнес-структур в политической сфере общества.
	Владеет навыками разработки стратегии деятельности субъектов политики в области политической рекламы.
ИПК-1.4. Осуществляет информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений.	Знает процедуры информационно-аналитического обеспечения выработки и принятия политических решений.
	Умеет реализовать информационно-аналитическое обеспечение выработки и принятия политических решений.
	Обладает навыками организации информационно-аналитического обеспечения планирования деятельности в сфере политической рекламы..

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Политический маркетинг: основные теоретические подходы.	12	2	2		8
2.	Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.	12	2	2		8
3.	Политическая реклама: виды и функции.	14	2	2		10
4.	Основные технологии политической рекламы: критерии классификации.	16	2	4		10
5.	Технологии политической рекламы в цифровом обществе.	17,8	0	4		13,8
6.	ИТОГО по разделам дисциплины	72	8	14		49,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	49,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Морозова Е.В., доктор философских наук, профессор кафедры государственной политики и государственного управления