

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 6 от 31.05.2023 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Политический PR и реклама

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 Политический PR и реклама относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта) ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Знать теоретические аспекты коммуникационной работы организации (проекта); Уметь анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта); Владеть способностью анализировать коммуникационные аспекты работы организации (проекта).  ПК-2.2: Знать теоретические аспекты организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; Уметь применить на практике знания теории организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в политической сфере; Владеть техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в политической сфере.	Доклад Задания	Зачёт: Контрольные вопросы
ПК-8: Способен использовать стратегии и технологии	ПК-8.1: Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию	ПК-8.1: Знать теоретические аспекты поиска статистической и	Доклад Задания	Зачёт: Контрольные

медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	на рынке ПК-8.2: Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Уметь осуществлять поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Владеть способностью применить на практике теоретические знания в поиске статистической и аналитической информации.  ПК-8.2: Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Уметь применять на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Владеть способностью применить на практике теоретические знания о медиапланировании в коммуникационной и рекламной деятельности.		вопросы
---	--	--	--	---------

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>14</b>	<b>6</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>14</b>	<b>2</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>43</b>	<b>59</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> Зачёт	<b>4</b> Зачёт

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе								
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего				
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	
Тема 1. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития политического PR и политической рекламы в России и за рубежом	13	12	2		2		4	0	9	12	
Тема 2. Политический PR и политическая реклама: понятие, типология и функции	14	16	3	2	2	2	5	4	9	12	
Тема 3. Планирование рекламы и PR в политических кампаниях	16	14	3	2	4		7	2	9	12	
Тема 4. Жанры политической рекламы и PR в СМИ.	15	14	3	2	4		7	2	8	12	
Тема 5. Прямая политическая реклама	13	11	3		2		5	0	8	11	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	72	72	14	6	14	2	29	9	43	59	

#### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития политического PR и политической рекламы в России и за рубежом.

Возникновение и развитие связей с общественностью в США, функционирования пресс-служб по PR в государственных учреждениях Великобритании (Эдвард Бернейз, Айви Ли, Артур Пейдж).

Международные и национальные профессиональные объединения специалистов PR . Всемирные конгрессы по PR. Международные награды в области PR. Возникновение и становление рынка PR-услуг в России. Политический PR как одно из основных направлений Public Relations в России. Особенности политической ситуации в России и их влияние на избирательные процессы. Тенденции развития рынка политических PR в России и задачи политических консультантов и специалистов по связям с общественностью в области политического маркетинга. Устная политическая реклама в политической истории Древнего мира. Радиореклама как коммуникативный канал создания героических образов и образов ненавистного врага в истории европейских государств. Художественный портрет и скульптура. Политическая карикатура. Фотография. Политический плакат: основные этапы развития. Значение политической листовки во время Первой и Второй мировой войн. Кинореклама и телевизионная реклама. Сувенирная продукция как вид политической рекламы. Особенности существования политической рекламы в России. Революционные политические плакаты (И. Малютина, В. Лебедева, П. Киселиса, Б. Кустодиева. Первый плакат издательства ВЦИК "Царь, поп и кулак" (1918 г.). Политические плакаты Д. Моора и В. Дени).

Тема 2. Политический PR и политическая реклама: понятие, типология и функции.

Public Relations: многообразие определений и понятий. Отличительные особенности политического PR. Функции политического PR. Определение понятий "лидеры мнений" и "группы интересов". Политическая реклама как форма политической коммуникации. Предмет, субъект и объект политической рекламы. Отличие политической рекламы от коммерческой. Методы рекламной деятельности. Классификация политической рекламы по каналу ее восприятия адресатом (К. Джонсона-Карти, Дж. Коупленда): визуальная, аудиальная, аудио-визуальная. Классификация политической рекламы в зависимости от силы воздействия на аудиторию. Функциональная типология рекламы Ф. Котлера. Информационная, коммуникативная функции политической рекламы и функция политической социализации. Политическая агитация и пропаганда. Правовые аспекты политического PR и рекламы в России.

Тема 3. Планирование рекламы и PR в политических кампаниях.

Проведение исследований и анализ предвыборной ситуации. Технологии проведения исследований. Информационные ресурсы предвыборной кампании. Финансовые ресурсы политической кампании. Административный ресурс. Определение целей кампании и выявление контактных групп. Планирование рекламной и PR-кампании и оценка результатов. Стратегии проведения рекламных и PR кампаний. Тактическое планирование. Медиапланирование.

Тема 4. Жанры политической рекламы и PR в СМИ.

Дифференциация рекламных жанров в зависимости от характера коммуникации и коммуникационного канала. Техническое исполнение материала как один из критериев жанрового своеобразия рекламы. Специфика жанров телевизионной политической рекламы. Выступления политиков и теледебаты. Значение визуального обращения. Анализ телевизионных выступлений российских политиков. Американская и европейская модель проведения теледебатов. Классификация рекламных роликов: в зависимости от протяженности, от технических средств изготовления. Отечественная практика использования рекламных телепередач во время проведения избирательных компаний. Телевизионные политические шоу. Формы политической PR-коммуникации в прессе. Жанровые единицы газетно-журнальной периодики: интервью, политические портреты, политическое объявление, программные документы и обращения политиков, политические очерки. Возможности размещения плаката и листовки в газетном и журнальном формате. Рекламная фотография. Интернет в политической коммуникации: информационные и интерактивные ресурсы. Основные преимущества Интернет-среды для организации рекламных кампаний. Информационные серверы. Персональные и партийные сайты. Электронные голосования, гостевые книги, обсуждения на форумах, чаты.

Тема 5. Прямая политическая реклама.

Политические плакаты и афиши. Политическая листовка как жанр прямой политической рекламы. Имиджевые, информационные, проблемные, дискредитационные, поддерживающие и презентационные листовки. Подготовка политических буклетов и политических портретов. Формы непосредственной коммуникации с избирателями.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

...

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

1. Роль коммуникационных кампаний в формировании общественного мнения в политике.
2. Использование технологий и инноваций в политических коммуникационных проектах.
3. Эффективное использование социальных медиа в политических коммуникационных кампаниях.
4. Влияние кризисных коммуникаций на политические проекты и мероприятия.
5. Методы измерения успешности коммуникационных кампаний в политике.
6. Этика и законность в коммуникационных проектах в политике.
7. Роль лоббирования в коммуникационных стратегиях политических проектов.
8. Создание и продвижение политических брендов через коммуникационные кампании.
9. Использование событийных коммуникаций в политических мероприятиях для достижения целей.
10. Влияние политического PR на формирование общественного мнения и политические решения.
11. Кризисное управление в политическом PR: анализ случаев и уроки для будущих политиков.
12. Политический брендинг: стратегии формирования образа политических лидеров.
13. Манипуляция и пропаганда в политическом PR: мифы и реальность.
14. Интеграция социальных сетей в политический PR: тенденции и вызовы.
15. Влияние глобальных трендов на развитие политического PR и рекламы.

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-8:**

1. Роль медиапланирования в политических коммуникационных стратегиях.
2. Интеграция онлайн и офлайн медиа в политических кампаниях.
3. Таргетинг и персонализация в политическом медиапланировании.
4. Использование данных и аналитики для оптимизации политических медиапланов.
5. Эффективное использование социальных медиа в политическом медиапланировании.
6. Распределение бюджета и ресурсов в политическом медиапланировании.
7. Эффективная оценка результатов политических медиакампаний.
8. Эволюция политического PR: от классических методов к современным стратегиям.
9. Этика в политическом PR и рекламе: дилеммы и практика.
10. Роль цифровых медиа в политических кампаниях и их влияние на избирателей.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме. Студент корректно отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности,

Оценка	Критерии оценивания
	визуальной подачи материала. Студент способен выразить идею ясно, ответить на все возникающие вопросы, удерживать внимание и интерес аудитории.
отлично	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление отвечает критериям лаконичности, информативности. Студент способен выразить идею ясно при ответе на вопросы
очень хорошо	Доклад логично структурирован, соответствует изучаемой теме, студент в целом отражает фактический и статистический материал, однако аналитические моменты выражены слабо. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, не перегружено общей информацией, удобно для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, практически не испытывает трудности, отвечая на вопросы.
хорошо	Доклад соответствует теме, студент в целом отражает основные проблемы в тексте и выступлении. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Выступление информативно, но перегружено общей информацией, тяжело для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, но испытывает трудности при ответе на вопросы.
удовлетворительно	Доклад в целом соответствует изучаемой теме, но структура не логична, не в полной мере раскрывает тему. Студент не делает соответствующих ссылок либо приводит ссылки, не соответствующие действительности, использует не подходящие теме или недостоверные источники информации. Выступление не в полной мере раскрывает содержание доклада, не является удобной для восприятия. Студент с трудом выражает свою мысль, сталкивается со сложностями при взаимодействии с аудиторией.
неудовлетворительно	Структура доклада не соответствует заявленной теме, тема не раскрыта.
плохо	Доклад не предоставлен.

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Разработка политической рекламной кампании для молодежной аудитории. Студенту предлагается выступить в роли консультанта политической партии, которая хочет привлечь поддержку молодежи и разработать политическую рекламную кампанию, используя актуальные коммуникационные инструменты, которые будут наиболее привлекательны для молодежной аудитории.

#### 5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-8:

Эффективность использования теле- и радиорекламы в современной политической кампании. Студенту предлагается оценить эффективность теле- и радиорекламы в современных политических кампаниях (с указанием критериев эффективности). Необходимо подготовить аналитический обзор, в котором нужно определить преимущества и недостатки использования традиционных медиаизбирателей

#### Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера.
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

#### 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

##### Шкала оценивания сформированности компетенций



Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой

	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2

1. Сущность и принципы связей с общественностью.
2. PR-средства избирательной кампании
3. Взаимосвязь и различия PR с рекламой, пропагандой и агитацией.
4. История развития связей с общественностью в России
5. Этические нормы применения инструментов связей с общественностью. Свобода слова и
6. PR.
7. Этапы планирования PR- деятельности
8. Понятие внешней среды. Методы исследования внешней среды организации
9. Понятие PR-обращения. Виды PR-обращений
10. Каналы PR-коммуникаций
11. Предвыборная работа с электоратом. Яркий образ кандидата.
12. Скандалы и слухи в PR-работе.
13. PR как средство формирования общественного мнения в бизнесе.
14. Функции политической рекламы.
15. Типология политической рекламы и ее значение. Особенности типов рекламы.
16. Основные этапы развития зарубежной политической рекламы.
17. Особенности исторического развития рекламы в России.
18. Политическая коммуникация: сущность, функции, типология.
19. Модели рекламной коммуникации в политике.
20. Визуальная и вербальная коммуникация в политической рекламе.

#### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-8

1. Жанровое многообразие рекламы в СМИ.
2. Специфика жанров телевизионной политической рекламы.
3. Формы политической рекламной коммуникации в прессе.

4. Печатная реклама в СМИ.
5. Виды политической рекламы в сети Интернет.
6. Печатная политическая реклама.
7. Наружная реклама и транспортная реклама.
8. Современные рекламные технологии в политике
9. Символы в политической рекламе.
10. Дизайн политической рекламы.
11. Планирование рекламных кампаний.
12. Медиаплан и его составляющие.
13. Разработка и продвижение рекламного продукта в политической кампании

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Хорошая подготовка. Владение материалом на высоком уровне, ориентация в основных понятиях. Студент дает ответ на все основные вопросы, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Практически отсутствуют ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент активно работал семинарах, пропустил по неуважительной причине несколько занятий.
не зачтено	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Практически отсутствие знаний по материалам курса. Представление лишь о предмете науки. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий по неуважительной причине, на семинарах не работал.

### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Реклама и связи с общественностью: теоретические аспекты : учебно-методическое пособие. Ч. 1 - 2 / В. А. Берендеев, И. В. Беспалова, Е. В. Вилкова [и др.] ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2024. - 127 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=892317&idb=0>.
2. Чумиков Александр Николаевич. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : Учебник / Институт социологии Российской академии наук. - 3. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 343 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-013075-0. - ISBN 978-5-16-101069-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837044&idb=0>.
3. Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2023. - 552 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14843-5. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848411&idb=0>.
4. Кульназарова А. В. Политические коммуникации : учебно-методическое пособие / Кульназарова А. В. - Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. - 43 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича -

Социально-гуманитарные науки., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=780128&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Недяк Ирина Леонидовна. Политический маркетинг : основы теории : Монография. - Москва : Издательство "Весь Мир", 2008. - 352 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-7777-0329-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=626084&idb=0>.
2. Зубков С. А. Практика взаимодействия со СМИ в политике : сборник тестовых заданий для студентов направления «реклама и связи с общественностью» (магистратура) / Зубков С. А. - Москва : РУТ (МИИТ), 2019. - 72 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции РУТ (МИИТ) - Социально-гуманитарные науки., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=756983&idb=0>.
3. Кузнецов Павел Александрович. Политическая реклама. Теория и практика : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью"; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 127 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01830-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593151&idb=0>.
4. Гринберг Т.Э. Политические технологии : учебное пособие / Гринберг Т.Э. - Москва : Аспект-Пресс, 2018. - 272 с. - ISBN 978-5-7567-0952-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772732&idb=0>.

#### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
2. Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] // [www.raso.ru](http://www.raso.ru)
3. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
4. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>
5. сайт Института политической экспертизы (МИПЭ) <http://www.stratagama.org/>
6. Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>
7. ЦПК «НикколоМ» - <http://www.nikkolom.r>

#### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Селиверстова Юлия Александровна, кандидат политических наук.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 10.05.2023, протокол № 11.