



**Силабус навчальної дисципліни
«МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЙ ТА ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА»
Освітньо-професійної програми «Політологія»**

**Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність: 052 Політологія**

| | |
|--|--|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) |
| Статус дисципліни | Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП |
| Курс | 2 |
| Семестр | 3 |
| Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна | 4 кредити/120 годин |
| Мова викладання | українська |
| Що буде вивчатися (предмет навчання) | Принципи застосування презентацій та політичної реклами в ході виборчих кампаній. |
| Чому це цікаво/треба вивчати (мета) | Курс спрямований на формування у студентів цілісного уявлення та розуміння сутності особливостей функціонування політичної реклами як технології поширення ідей та впливовості політичних діячів та об'єднань у суспільстві. |

| | |
|--|---|
| <p>Чому можна навчитися (результати навчання)</p> | <p>Використовувати категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки. Застосовувати політологічне мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем у політичній сфері на основі опанування класичної та сучасної політичної думки. Описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах. Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності. Аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування. Аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу. Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефахівців. Здійснювати діагностику соціальних наслідків розвитку соціально-політичних процесів та виявляти їх фактори. Здійснювати аналіз діяльності політичних інститутів з точки зору їх легітимності, соціальних ризиків та наслідків, здійснювати соціологічну експертизу політики. Визначати сутність, причини та види політичних конфліктів</p> |
| <p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p> | <p>Знання особливостей методів та технологій політичної реклами, в тому числі під час виборчих перегонів; здатність проводити якісний аналіз текстів; оволодіння основними техніками створення та модифікації іміджу політичного діяча, суспільної організації, політичної партії; здатність аналізувати діяльність підрозділів і учасників ринку політичної реклами; здатність оптимально вибирати і використовувати творчі технології у політичній рекламі.</p> |

| | |
|---|---|
| Навчальна логістика | Зміст дисципліни: Концептуальні засади політичної реклами Реклама як соціальний інститут Політична реклама та громадська думка Реклама як мистецтво Специфіка політичної та комерційної реклами Стратегія проведення рекламних політичних кампаній Структура і етапи створення політичної реклами Форми, види і засоби політичної реклами Використання соціальних мереж як інструменту політичної реклами. Політична ідентифікація і позиціонування Теорії електоральної поведінки Політична реклама та поведінка електорату Створення настанов і маніпуляція у політичній рекламі Медіа-планування і медіа-менеджмент Особливості розміщення реклами Політична самореклама і мистецтво презентації Основні методи тестування реклами Види занять: лекції, практичні. Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн. Форми навчання: очна, заочна, дистанційна. |
| Пререквізити | Загальні та фахові знання, у тому числі здобуті за допомогою самосовіти. |
| Пореквізити | Отримані знання можуть бути використані під час проходження переддипломної практики, написання кваліфікаційної роботи та використані в ході майбутньої професійної діяльності |
| Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ | Науково-технічна бібліотека НАУ: 1. Куляс Ігор, Головенко Роман, Земляна Ірина. ЗМІ та вибори. Саморегуляція, безпека, закони / ГО "Детектор медіа", Ін-т масової інформації. – Київ: [б.в.], 2018. – 100 с. 2. Айвазовська О., Неберікут О., Ключев О., Лісовський Ю. Місцеві вибори. Фінальний звіт за результатами незалежного спостереження. – [Б. м.]: Опора, 2016. – 248 с. 3. Помиткін Е. О. Ідеальний президент ідеальної держави: посібник кандидата та виборця. – Київ: Кафедра, 2014. – 26 с. 4. Кравченко В. В., Янчук А. О. Моделювання виборчих систем на місцевих виборах: конституційно-правові аспекти / В. В. Кравченко, А. О. Янчук. Право України, 2013. – № 5. – 2013. – С. 182-190 |

| | |
|---|---|
| | <p>Репозитарій НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mykhailych, Oleksandr. Searching for a common methodological ground for the study of politicians' perceived personality traits: A multilevel psycholexical approach http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/29332 2. Михайлич, Олександр Володимирович. Conversion Model як засіб аналізу електорального поля України http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19945 3. Михайлич, Олександр Володимирович. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих кампаній http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19976 4. Михайлич, Олександр Володимирович. Методичне забезпечення оцінювання іміджу особистості політиків http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19955 5. Михайлич, Олександр Володимирович. Етнорегіональний та лінгвістичний чинники електоральних орієнтацій виборців сучасної України http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19970 6. Михайлич, Олександр Володимирович. Електоральна культура молоді як чинник становлення громадянського суспільства http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19951 7. Михайлич, Олександр Володимирович. Мовна та регіональна ідентичності як чинники диференціації українського суспільства http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/19938 8. Михайлич, Олександр Володимирович. Ідеологія як критерій класифікації політичних партій http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/20072 |
| Локація та матеріально- | Аудиторія теоретичного навчання, проєктор |
| Семестровий контроль, екзаменаційна методика | Залік, тестування |
| Кафедра | Соціології та політології |
| Факультет | Лінгвістики та соціальних комунікацій |

| | |
|----------------------------------|--|
| Викладач(і) |  <p> МИХАЙЛИЧ ОЛЕКСАНДР ВОЛОДИМИРОВИЧ Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат соціологічних наук Профайл викладача: Профіль Scopus: scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57194283783 Профіль Google Scholar: scholar.google.com.ua/citations?user=4JPBG3sAAAAJ&hl=ru&oi=ao Профіль ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0353-7391 Профіль ResearchGate: researchgate.net/profile/Oleksandr_Mykhailych Профіль на сайті НТБ НАУ: lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=%20%20%20%202011781 Тел.: (044) 406-7153 E-mail: oleksandr.mykhailych@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 8.707 </p> |
| Оригінальність навчальної | Авторський курс |
| Лінк | |