

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 2.2 «Політична реклама»
Рівень ВО	Бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	«Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», «Міжнародна інформація та суспільні комунікації»
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	Другий курс, третій семестр
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	Всього: 180 год. (6 кредитів ECTS): лекції – 20 год., практичні – 34 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародних комунікацій та політичного аналізу
Автор дисципліни	Д. політ. н., проф. Карпчук Наталія Петрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Володіння українською мовою, бажання вчитися й критичне мислення (бажано було б пройти курс «Зв'язки з громадськістю», але це не обов'язково)
Що буде вивчатися	З історії політичної реклами. Відмінність політичної реклами від PR. Типи політичної реклами. Інструменти політичної реклами. Політична реклама у створенні іміджу політика. Тип іміджів. Складові політичного іміджу. Іміджологеми й наративи; політичні міфи. Рекламні кампанії. Case study. Регулювання політичної реклами закордоном.
Чому це цікаво/треба вивчати	Політична реклама – невід'ємна частина українського суспільства. На відміну від країн Західної Європи та США, вона криклива, нав'язлива й лине звідусіль. Ми сприймаємо відомих осіб, політичних лідерів завдяки політичній рекламі, тобто загалом через

	зовнішні ознаки спеціально створеного іміджу (особливо у ситуації невизначеності чи браку інформації, часу). Для освіченої людини важливим є навички критичного аналізу демонстрованого іміджу, щоб не бути введеним в оману, прийняти виважені, правильні рішення. З іншого боку, професія політичного рекламіста залишається затребуваною як у сфері політики, міжнародних відносин, так і бізнесу, культури тощо. Курс має на меті розширити світогляд і виробити практичні навички.
Чому можна навчитися (результати навчання)	знання особливостей політичної реклами, технологій побудови іміджу особи; специфіки цільової аудиторії, якій реклама адресована; організації рекламних кампаній.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<ul style="list-style-type: none"> • здатність аналізувати міжнародні відносини й суспільні комунікації в різних контекстах, зокрема у контексті політичної реклами; • здатність аналізувати іміджеві характеристики актора міжнародних відносин; • здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі й практичні проблеми у сфері міжнародних відносин, зовнішньої політики, суспільних комунікацій; • здатність до здійснення комунікації й аналітичної діяльності.
Інформаційне забезпечення	Навчальні матеріали, наукові статті, відео-, фото- й друковані матеріали для аналізу; case study.
Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на веб-сайті факультету (інституту)	https://vnu.edu.ua/uk/faculties-and-institutes/fakultet-mizhnarodnikh-vidnosin

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)