



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

**Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки**

**Спеціальність: 052 Політологія**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
<b>Курс</b>	2
<b>Семестр</b>	3
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна</b>	4 кредити/120 годин
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет навчання)</b>	Принципи застосування презентацій та політичної реклами, зокрема, в ході виборчих кампаній.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Курс спрямований на формування у студентів цілісного уявлення та розуміння сутності презентацій та політичної реклами.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• знання про особливості формування рекламних образів, стереотипів в контексті суспільних цінностей, про вплив реклами на соціальне життя країни.</li> <li>• ознайомлення студентів з основним набором інструментів та засобів створення політичної реклами;</li> <li>• засвоєння змісту складових процесу створення політичної реклами.</li> </ul>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• розуміння особливостей застосування презентацій і реклами у політиці;</li> <li>• здатність аналізувати ефективність політичної реклами;</li> <li>• здатність застосовувати ефективні презентаційні практики у політичній сфері.</li> </ul>

<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b>  Реклама в політичному просторі  Теоретичні підходи до розуміння реклами як соціального явища  Реклама та ціннісні орієнтації в суспільстві  Соціальний вплив в рекламі  Соціально-правові аспекти регулювання рекламної діяльності.  Психологія реклами  Соціальна реклама  Реклама в політичних комунікаціях  Гендер та реклама  Реклама та мистецтво  Рекламна стаття як вид інформаційного матеріалу  Кінематографічність рекламних комунікацій  Театральність у рекламній діяльності  Розробка рекламного відео з елементами арт  Естетика рекламної комунікації  <b>Види занять:</b> лекції, практичні.  <b>Методи навчання:</b> навчальна дискусія, онлайн.</p>
<b>Пререквізити</b>	Загальні та фахові знання, у тому числі здобуті за допомогою самосовіти.
<b>Пореквізити</b>	Отримані знання можуть бути використані під час проходження переддипломної практики, написання дипломної 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., Неберикут 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

**Репозитарій НАУ:**

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>

<b>Локація та матеріально-технічне</b>	Аудиторія теоретичного навчання, проектор	
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Залік, тестування	
<b>Кафедра</b>	Соціології та політології	
<b>Факультет</b>	Лінгвістики та соціальних комунікацій	
<b>Викладач(і)</b>		<b>ГЕРАСИМОВИЧ Вадим Анатолійович</b> <b>Посада: доцент</b> <b>Науковий ступінь: кандидат політичних наук</b> <b>Тел.: 044 406 71 53</b> <b>Робоче місце</b> <b>Корп. 8а к.707</b> <b>E-mail:</b> <b><a href="mailto:vadym.herasymovych@npp.nau.edu.ua">vadym.herasymovych@npp.nau.edu.ua</a></b>
<b>Оригінальність навчальної</b>	Авторський курс	
<b>Лінк на дисципліну</b>	Код класу Classroom:	