

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи	Брендинг політиків
	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: Реклама та зв'язки з громадськістю Курс навчання: Кількість кредитів: 3 Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат політичних наук, старший викладач <i>Бахметєв Андрій Євгенійович</i>
Кафедра:	Журналістики, реклами та медіакомунікацій
Контактна інформація:	andreibahmetev@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою дисципліни є сформувати у студентів глибинне розуміння процесу створення, розвитку та підтримки особистого бренду політичних діячів у сучасному інформаційному середовищі. Студенти отримують знання про те, як формується впізнаваність та довіра до політичного бренду, які чинники впливають на його успішність, а також які комунікаційні стратегії використовуються для його просування.

Завданнями дисципліни є:

- Вивчення теоретичних основ політичного брендингу: сутність, принципи, складові та моделі.
- Аналіз особливостей формування особистого бренду політиків у різних соціально-політичних умовах.
- Ознайомлення з успішними та невдалими кейсами політичного брендингу на національному та міжнародному рівнях.
- Вивчення взаємозв'язку між особистим брендом політика та громадською довірою.
- Дослідження механізмів управління репутацією політиків у кризових ситуаціях.
- Формування практичних навичок створення стратегії політичного бренду та його ефективного просування через традиційні та цифрові комунікаційні канали.
- Оцінка впливу ЗМІ та соціальних мереж на формування іміджу політика.

Пререквізити: Вступ до спеціальності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен :

знати:

- Теоретичні основи політичного брендингу: поняття, принципи, моделі та стратегії.
- Відмінності між політичним брендингом, політичним PR та політичною рекламою.
- Етапи створення та розвитку персонального політичного бренду.
- Чинники, що впливають на формування довіри до політичного бренду.

- Методи аналізу політичного іміджу та його вплив на електорат.
- Основні інструменти комунікаційної стратегії для просування політичного бренду.
- Вплив соціальних мереж, цифрових технологій та традиційних ЗМІ на формування політичного бренду.
- Особливості антикризових комунікацій та управління репутацією політиків.

вміти:

- Аналізувати політичні бренди та визначати їхні сильні й слабкі сторони.
- Формувати унікальне позиціонування політика та розробляти його бренд-стратегію.
- Створювати ключові меседжі, політичні гасла та риторику для політичних діячів.
- Розробляти та впроваджувати контент-стратегію для соціальних мереж політика.
- Використовувати сучасні інструменти digital-маркетингу для просування політичного бренду.
- Планувати та реалізовувати інформаційні кампанії для підтримки іміджу політика.
- Здійснювати аналіз впливу ЗМІ та соціальних платформ на бренд політика.
- Виявляти та нейтралізувати інформаційні атаки та елементи чорного PR.

володіти:

- Навичками критичного аналізу політичних комунікацій та медійного контенту.
- Методами створення політичного іміджу через традиційні та цифрові комунікаційні канали.
- Інструментами аналізу громадської думки та політичного позиціонування.
- Техніками політичного сторітелінгу та формування емоційного зв'язку з виборцями.
- Основами візуальної комунікації та символізму в політичному брендингу.
- Практичними методами управління інформаційною безпекою політиків.
- Інструментами цифрової аналітики та маркетинговими платформами для оцінки ефективності політичних кампаній.
- Методику підготовки ефективних публічних виступів та комунікації з медіа.
- Стратегіями довготривалого розвитку та підтримки політичного бренду в умовах конкурентного середовища.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (16 год.) та практичних (14 год.), організації самостійної роботи студентів (60 год.).

Зміст навчальної дисципліни

Тема	Результати навчання	Форми робіт
1.Аналіз політичних брендів	Поглибити розуміння поняття «політичний бренд», визначити його ключові складові та проаналізувати реальні приклади успішних і невдалих політичних брендів. Розуміти основні характеристики політичного бренду, його функції та значення в політичному середовищі. Вміти аналізувати політичні бренди сучасних політиків, визначити їхні сильні та слабкі сторони. Оцінювати фактори, що впливають на формування позитивного або негативного політичного бренду.	Обговорення, завдання, презентації
2.Відмінності політичного бренду від	Дослідити, як політичний брендинг відрізняється від політичної реклами та PR, розуміти взаємозв'язок між цими елементами та їхній вплив на виборців.	Обговорення, завдання, презентації

політичного PR та реклами.	Визначати відмінності між політичним брендингом, політичним PR і політичною рекламою. Аналізувати реальні кейси використання реклами та PR для підтримки політичного бренду. Розуміти, як довготривала стратегія політичного брендингу виходить за межі рекламних кампаній.	
3.Формування унікального позиціонування політика.	Розробити унікальне позиціонування політичного діяча, визначити його ключові цінності, конкурентні переваги та спосіб комунікації з виборцями. Визначати ключові ідеї та цінності, що формують політичний бренд. Вміти створювати позиціонування політика з урахуванням цільової аудиторії. Аналізувати сильні та слабкі сторони політичного діяча через призму позиціонування.	Обговорення, завдання, презентації
4.Візуальна ідентичність політичного бренду.	Дослідити роль візуальної комунікації у політичному брендингу, розробити концепцію візуального стилю для політичного діяча. Визначити ключові елементи візуальної айдентики політичного бренду (логотип, кольори, шрифти). Аналізувати, як візуальний стиль впливає на сприйняття виборцями. Вміти створювати концепцію візуального стилю для політика.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
5.Риторика та меседжі політичного бренду.	Дослідити, як формуються ефективні політичні меседжі, та навчитися створювати переконливі лозунги й ключові тези для політичних виступів. Аналізувати риторичку відомих політиків. Визначити особливості побудови переконливих політичних меседжів. Розробляти три ключові меседжі для обраного політичного діяча.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
6.Використання соціальних мереж у політичному брендингу.	Проаналізувати, як політики використовують соціальні мережі для формування бренду, створити контент-стратегію для політичного акаунта. Розуміти алгоритми роботи соціальних мереж у політичному контексті. Аналізувати успішні кейси політиків у соцмережах та вміти створювати контент-план для просування політика.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
7.Аналітика та таргетинг у політичному брендингу.	Навчитися аналізувати ефективність політичного контенту в соціальних мережах та використовувати інструменти аналітики. Визначити ефективність політичної комунікації в соцмережах. Використовувати аналітичні інструменти (Google Analytics, Meta Business Suite) та розробити стратегію таргетованої реклами для політичного бренду.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Відповідальний маркетинг: концепція та принципи. URL: http://wcunetwork.org.ua/ua/possessing/equalrights/article/Vdpovdalnii_koncepcja_ta_principi _marketing

2. Джулай Д., Набока М. Кеннеді та Ніксон, Ющенко та Янукович, Порошенко та Зеленський. Чи можуть дебати змінити хід виборів?. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/debaty-minyajut-hid-vyboriv-m-plus/29859037.html>

3. Люльов О.В. Маркетинговий підхід до формування іміджу країни: основні детермінанти впливу та драйвери покращення макроекономічної стабільності. *Вісник Сумського державного університету*. Серія Економіка. 2017. Випуск 2.

4. Поліщук І. Виборчі технології: сутність та різновиди. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2015. № 4. С. 106–112.

5. Почепцов Г. Вибори Обама як новий етап розвитку виборчих технологій. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/5574/2012-11-25-vybory-obamy-yak-novu-eta-p-rozvytku-vyborch-ykh-tekhnologiy/>

6. Рихліцький В. Хроніка передвиборного чорного піару з білбордів. Хто кого переміг?. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/22800/2019-04-27-khronika-peredvybornogo-chornogo-piaru-z-bilbordiv-khto-kogo-peremig/>

7. Технологія «двійників» та ефект «спойлеру» у виборчому процесі. *ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine*. URL: <https://www.oporaua.org/vybory/tekhnologii-a-dviinikiv-ta-efekt-spoileru-u-viborchomu-protsesi-21>

Інформаційні ресурси

1. Конституція України. *Президент України Володимир Зеленський Офіційне інтернет-представництво*. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>.

2. Виборчий кодекс України. *Верховна Рада України. Офіційне інтернет-представництво*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>.

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – залік.

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL : https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.