ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК
Кафедра політології і державного управління

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
В.о. декана факультету суспільних наук
_____ / Остапець Ю.О. /
«14» 07 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній

Рівень вищої освіти	**Перший (бакалаврський)**
Галузь знань	**28 Публічне управління та адміністрування**
Спеціальність	**281 Публічне управління та адміністрування**
Освітня програма	**Публічне управління та адміністрування**
Статус дисципліни	**Обов'язкова**
Мова навчання	**українська**

Ужгород 2020

Робоча програма навчальної дисципліни «**Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній**» для здобувачів вищої освіти галузі знань **28 Публічне управління та адміністрування** спеціальності **281 Публічне управління та адміністрування** освітньої програми **Публічне управління та адміністрування.**

Розробники: Гиря В. І., кандидат історичних наук, доцент кафедри політології і державного управління.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри
політології і державного управління

протокол № 9 від «30» червня 2020 р.

В.о. завідувача кафедри _____ Вегеш М.М.

Схвалено науково-методичною комісією **факультету суспільних наук**

протокол № 7 від «25» червня 2020 р.

Голова науково-методичної комісії _____ Стряпко І.О.

© Гиря В. І., 2020 р.
© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2020 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td colspan="2">Розподіл годин за навчальним планом</td></tr>
<tr><td>Денна форма навчання</td><td>Заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів ЄКТС – 4</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин – 120</td><td>3</td><td>3</td></tr>
<tr><td>Кількість модулів – 2</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Тижневих годин
для денної форми навчання:
аудиторних – 4
самостійної роботи – 6</td><td>6</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>36</td><td>16</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні (семінарські):</td></tr>
<tr><td>24</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>Вид підсумкового контролю:
іспит</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Форма підсумкового контролю:
письмовий підсумковий контроль</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td>60</td><td>104</td></tr>
</table>

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни ***«Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній»*** є ознайомлення студентів з різноманітними підходами до вивчення понять "вибоча система", "виборча кампанія", "виборчий процес", "виборчі технології"; навчити їх характеризувати основні типи виборчих систем (мажоритарна, пропорційна, змішана); вміти визначати критерії оцінки виборчого процесу; здійснювати менеджмент та маркетинг виборчих кампаній. Вагоме місце в курсі відводиться вивченню проблеми становлення виборчої системи в Україні.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

1) загальних компетентностей:

- здатність вчитися, самонавчатися та оволодівати сучасними знаннями (ЗК-1);
- здатність бути критичним і самокритичним (ЗК-4);
- здатність працювати в команді та брати на себе відповідальність за виконання поставлених завдань (ЗК-5);
- здатність до адаптації та дій в новій ситуації, генерування нових творчих ідей (ЗК-6);
- здатність виявляти, оцінювати та вирішувати проблеми, враховуючи фактор ризику (ЗК-8);
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК-9);
- здатність до ефективної міжособистісної взаємодії з представниками різних верств населення (ЗК-12);

2) фахових компетентностей:

- здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки (ФК-3);
- здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності (ФК-7);
- здатність впроваджувати інноваційні технології (ФК-9);
- здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування (ФК-11);
- здатність розробляти механізми протистояння соціальним ризикам, упереджувати виникнення конфліктних ситуацій у поліетнічному середовищі (ФК-15).

Крім того, вивчення вказаної обов'язкової навчальної дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти у подальшому ефективно використовувати свої знання у виборчому процесі, приймати участь в організації та проведенні виборів, працювати у виборчих комісіях, вносити пропозиції по вдосконаленню виборчого законодавства України.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни ***«Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній»*** є опанування таких навчальних дисциплін (ОК) освітньої програми (ОП):

ОК 7	Вступ до публічного управління та адміністрування
ОК 12	Система органів державної влади в Україні
ОК14	Основи менеджменту та маркетингу
ОК17	Адміністративне право України
ОК22	Менеджмент партійної діяльності
ОК25	Адміністративний менеджмент

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми **«Публічне управління та адміністрування»**, вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Уміти організовувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя/активної громадянської позиції	ПРН-7
Розуміти та використовувати технології вироблення, прийняття та реалізації управлінських рішень	ПРН-8
Уміти здійснювати пошук та узагальнення інформації, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції	ПРН-11
Уміти налагодити комунікації між громадянами та органами державної влади і місцевого самоврядування	ПРН-12
Уміти застосовувати демократичні технології прийняття управлінських рішень, враховуючи інтереси й потреби громадян, представників певної спільноти, суспільства та держави	ПРН-17
Уміти розглядати суспільні явища і процеси в розвитку і конкретних історичних умовах, розуміти сутність та принципи функціонування суспільства в цілому, окремих соціальних інститутів, груп та індивідів	ПРН-18
Знати принципи та механізми управління розвитком територіальних громад	ПРН-23

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни **«Документознавство України»:**

Очікувані результати навчання	Шифр ПРН
Уміти організовувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя/активної громадянської позиції	ПРН-7
Розробляти та застосовувати на практиці управлінські рішення, враховуючи інтереси й потреби держави, громадян, представників національних меншин та громадських організацій	ПРН-8
Вміти збирати та аналізувати інформацію, узагальнювати її та робити висновки, з метою вироблення відповідних рекомендацій в межах своєї службової діяльності та компетентності	ПРН-11

Володіти навичками спілкування з громадянами та представниками органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, знати основні нормативно-правові акти, що регулюють роботу з громадянами	ПРН-12
Розробляти та застосовувати на практиці управлінські рішення, враховуючи інтереси й потреби держави, громадян, представників національних меншин та громадських організацій	ПРН-17
Володіти здатністю формувати та забезпечувати управлінські рішення з урахуванням конкретних історичних умов, бути реальним та гнучким при впровадженні їх в життя з урахуванням ітересі суспільства в цілому та окремих соціальних індивідів	ПРН-18
Знати нормативно-правову базу реалізації концепції сталого розвитку в Україні, головні елементи концепції сталого розвитку, ролі суспільних інститутів та міжнародних організацій в її впровадженні в життя, формування цілісного уявлення про сучасні проблеми суспільства та пошуку шляхів їх вирішення	ПРН-23

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- залік
- письмове тестування;
- аналітичне есе;
- аналітичний реферат;
- презентація результатів виконаної індивідуальної роботи студента.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: виступ на семінарських заняттях, написання аналітичного есе, письмове тестування з теми.

Форма модульного контролю: письмова контрольна робота.

Форма підсумкового семестрового контролю: іспит.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	50	100
6	6 + 10	6	6	6 + 10		

Т1, Т2… - теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	50	100
6	6	6	6 + 20	6		

Т1, Т2… - теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	5	30	5	30
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	1	10		
Есе	1	10		
Реферат (аналітичне завдання)			1	20
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи.

Мінімальний поріг для допуску до модульної контрольної роботи становить 10 балів. Модульна контрольна робота складається з трьох запитань описово-аналітичного характеру.

Перше запитання покликане оцінити знання з тематичної проблематики відповідного модулю, яка надавалася на лекціях і обговорювалася на семінарських заняттях. Залежно від обсягу, послідовності викладу і орієнтуванні у тематичному матеріалі, перше запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 10 балів.

Друге запитання має на меті оцінити розуміння основних принципів складання документів, показати практичні знання в галузі документознавства. Залежно від послідовності викладу і орієнтуванні у тематичному матеріалі, друге запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 15 балів.

Третє питання модульної контрольної роботи має творчо-аналітичний характер. Залежно від обґрунтованості аргументів і суб'єктивних висновків студента з визначеної проблематики, третє запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 25 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю.

Відповідно до ***«Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсових) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті»*** (затверджено Наказом Ректора ДВНЗ «УжНУ» № 698/01-17 від 08.05.2015 р.), знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) заслуговує студент, який:

- всебічно і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;
- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

оцінку « добре» (82-89 балів, В) – заслуговує студент, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування
проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправив, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

оцінку «добре» (74-81 бал, C) заслуговує студент, який:

- в цілому навчальну програму засвоїв, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;
- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;
- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою;

оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – заслуговує студент, який:

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;
- виконує завдання непогано, але зі значною кількістю помилок;
- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;
- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – заслуговує студент, який:

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється студенту, який:

виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

оцінка «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється студенту заочної форми навчання, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;
- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;
- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи студента протягом семестру.

Таблиця відповідності оцінок за різними шкалами

Оцінка за 100-бальною шкалою	**Оцінка ЄКТС**	**Оцінка за національною шкалою**	
		диференційована	**недиференційована**
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1.
Виборча кампанія та її ресурси. Виборчий маркетинг

Тема 1. Виборча кампанія: її суть, типи та етапи

Виборча кампанія. Цілі, завдання та чинники виборчої кампанії. Моделі та типи виборчої кампанії. Етапи виборчої кампанії. Чинники успіху виборчої кампанії. Підготовка до виборів. Передвиборча кампанія. Виборчий ринок. Маркетингова виборча кампанія. Адресна виборча кампанія.

Тема 2. Основні виборчі системи сучасності

Поняття "виборча система". Основні види виборчих систем: мажоритарна, пропорційна, змішана, куріальна виборчі системи.

Сутність мажоритарної виборчої системи. Одномандатні, багатомандатні й преференційні мажоритарні системи. Мажоритарні системи абсолютної і відносної більшості. Основні переваги та вади мажоритарної виборчої системи.

Сутність пропорційних виборчих систем. Партійність виборів. Різновиди партійних списків. Специфіка виборчих округів. Виборча квота. Особливості розрахунку місць та залишків голосів. Формули розрахунку (Хера, Хагонбаха-Бішофа, Імперіалі та ін.). Електоральний поріг. Позитивні і негативні сторони пропорційної виборчої системи).

Змішані виборчі системи як специфічна комбінація елементів пропорційної та мажоритарної систем.

Куріальні виборчі системи і проблема забезпечення представництва в парламенті нечисленним етнічним та ін. соціальним групам.

Тема 3. Ресурси виборчої кампанії.

Політичні та електоральні ресурси. Ресурси та потенціал партії. Базові електоральні (виборчі) ресурси. “Ціна кандидата”. Похідні ресурси. Адмінресурс і його значення у виборчій кампанії. Адекватність ресурсів. Управління можливостями.

Тема 4. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.

Фінанси та вибори. Джерела фінансування виборчих кампаній. Фандрайзинг. Виборчий фонд та виборча (грошова) застава. Декларація про майно та доходи кандидатів. “Брудні гроші” та вибори. Патронаж. ”Система трофеїв”.

Тема 5. Стратегія та тактика виборчої кампанії.

Базові засади стратегічного планування. Розробка стратегії партії. Рівень аспірації (прагнень) партій. Стилі політичної конкуренції. Політичний та електоральний (виборчий) маркетинг. Стратегія виборчої кампанії. Типи та моделі виборчих стратегій. Стратагеми. Тактика виборчої кампанії. Планування виборчої кампанії. .

МОДУЛЬ 2
Виборчий менеджмент та виборчі технології.

Тема 6. Виборча команда та виборчий штаб

Політичний та електоральний менеджмент. Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.

Виборчий штаб: завдання та основи формування. ”Білий” та ”сірий” виборчий штаб. “Кухонний кабінет”. Структура виборчого штабу.

Інформаційне забезпечення виборчого процесу. Публічна інформація. Картування округу. Соціологічне забезпечення виборчої кампанії: види, функції соціологічних досліджень на виборах. Роль юридичного сектору виборчого штабу. Аналітичні структури в штабах робота з групами експертів, засоби масової інформації.

Тема 7 Політичний менеджмент

Поняття "політичний менеджмент". Основні функції політичного менеджменту. Види політичного менеджменту.

Менеджмент виборчої кампанії. Формування команди. Структура команди: зарубіжний і український електоральний досвід. Утворення групи підтримки кандидата.

Оцінка політичної ситуації та вибір виборчого округу. Історичні та географічні особливості округу, соціально-демографічний портрет округу, соціально-економічна структура округу, транспортна мережа, типологія електорату тощо.

Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії. Елементи стратегії виборчої кампанії:

а) декларація причетності до певного передвиборчого блоку, політичної партії;

б) створення міжособистісного контрасту кандидатів;

в) Формування позитивного іміджу кандидата: г) створення негативного іміджу конкурента тощо.

Програма кандидата та її структура. Основні вимоги до програми.

Організація і проведення передвиборчої агітації. Реалізація тактичних аспектів виборчої кампанії.

Тема 8. Виборчі технології: теорія та практика їх застосування

Сутність виборчої технології. Види виборчих технологій. Політичний та електоральний менеджмент.Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.

Виборчий штаб: завдання та основи формування. Структура виборчого штабу. «Кухонний кабінет».

Вибовчі технології та виборче мистецтво. Різновиди виборчих технологій. «Білий» і «чорний» PR. Деструктивні та гуманітарні технології. Психотехнології. Базові та диференційні виборчі технології. Соціологічне опитування як виборча технологія.

Тема 9. Соціологічні виборчі технології

Соціологічні дослідження в виборчому процесі: політичний, методологічний, методичний аспекти. Види соціологічних досліджень, які використовуються в процесі виборчої кампанії: базові, прогнозні, пропагандистські, пост виборчі.

Основні напрямки базових соціологічних досліджень, їх сутність та характерні ознаки. Соціологічні дослідження передвиборчої соціально-політичної ситуації в країні. Соціологічні дослідження іміджу кандидатів та їх суперників. Соціологічні дослідження соціальної структури округу. Соціологічні дослідження типології електорату та електоральної поведінки.

Основні напрями пост виборчих соціологічних досліджень. Технологія створення історії виборів. Технологія розробки портрета виборчого округу. Утворення електоральної бази даних по округу. Розробка електоральної карти округу.

Основні напрямки пропагандистських соціологічних досліджень. Технологія коректної дискредитації конкурента. Технологія

Тема 10. Поняття, функції та види інформаційних технологій

Поняття інформаційних технологій, властивості та основні вимоги до них. Етапи розвитку. Види сучасних ІТ: опрацювання даних, керування, підтримка прийняття рішень, експертні системи. Основні завдання.

Класифікація інформаційних технологій. Інструментарій. Поняття інформаційного продукту. Використання сучасних ІТ. Концепція запровадження ІТ в законодавчих органах влади.

Економічний та соціальний аспекти використання ІТ. Властивості та вимоги.

7. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	Лаб	інд	с.р.		Л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ***Виборча кампанія та її ресурси. Виборчий маркетинг***												
ТЕМА 1. Виборча кампанія: її суть, типи та етапи	12	4	2			6						10
ТЕМА 2. Основні виборчі системи сучасності	12	4	2			6	2					12
ТЕМА 3. Ресурси виборчої кампанії.	10	2	2			6	2					10
ТЕМА 4. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	12	4	2			6	2					10
ТЕМА 5. Стратегія та тактика виборчої кампанії.	12	4	2			6	2					10
Модульна контрольна робота	***2***		2									
Всього за І модуль	***60***	***18***	***12***			***30***	***8***					***52***

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ ВИДИ ТА ТИПИ ДОКУМЕНТІВ. ДОКУМЕНТООБІГ												
ТЕМА 6. Виборча команда та виборчий штаб	12	4	2			6	2					10
ТЕМА 7. Політичний менеджмент	12	4	2			6	2					10
ТЕМА 8. Виборчі технології: теорія та практика їх застосування	10	2	2			6	2					12
ТЕМА 9. Соціологічні виборчі технології	12	4	2			6						10
ТЕМА 10. Поняття, функції та види інформаційних технологій	12	4	2			6	2					10
Модульна контрольна робота	***2***		2									
Всього за II модуль	***60***	***18***	***12***			***30***	**8**					**52**
Разом	**120**	**36**	**24**			**60**	**16**					**104**

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Виборча кампанія: її суть, типи та етапи	2	-

2	Основні виборчі системи сучасності	2	-
3	Ресурси виборчої кампанії.	2	-
4	Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	2	-
5	Стратегія та тактика виборчої кампанії.	2	-
6	Виборча команда та виборчий штаб	2	-
7	Політичний менеджмент	2	-
8	Виборчі технології: теорія та практика їх застосування	2	-
9	Соціологічні виборчі технології	2	-
10	Поняття, функції та види інформаційних технологій	2	-
	Модульні контрольні роботи	4	
	Разом	**24**	-

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Виборча кампанія: її суть, типи та етапи	6	10
2	Основні виборчі системи сучасності	6	12
3	Ресурси виборчої кампанії.	6	10
4	Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	6	10
5	Стратегія та тактика виборчої кампанії.	6	10
6	Виборча команда та виборчий штаб	6	10
7	Політичний менеджмент	6	10
8	Виборчі технології: теорія та практика їх застосування	6	12
9	Соціологічні виборчі технології	6	10
10	Поняття, функції та види інформаційних технологій	6	10
	Разом	**60**	**104**

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне завдання з навчальної дисципліни «***Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній»*** носить самостійний характер виконання окреслених завдань і тематично охоплює загальне змістовне навантаження з навчального курсу. Індивідуальне завдання студента виконується під час 2 модулю і може бути оцінене максимально у 20 балів. Воно включає виконання аналітичного завдання за визначеною темою і може включати ***наступні завдання:***

1. Конспект із теми за заданим планом або планом, який студент розробив самостійно.
2. Есе або реферат з окремої теми, питання або вузької проблематики, яку студент узгоджує з викладачем.
3. Бібліографічний опис з конкретної теми або окремого питання.
4. Підготовку та захист електронної презентації з окремого питання.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Навчально-методична:

1. *Бебик В. М.* Менеджмент виборчої кампанії. Ресурси. Технології. Маркетинг.- К., 2001.
2. *Бебик В.* Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі (соціопсихологія і технологія політичної боротьби).- К., 1993.
3. *Верба І., Губська О., Кушнір І., Мохончук Б., Писаренко Н., Романюк П., Трофімова Л.* – Вибори Президента України 2019: посібник для суддів. Київ : «AKGroup». 2019. 212 с.
4. *Віннічук О. В*. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч.- метод. посіб. / О. В. Віннічук, О. В. Рибщун. - Кам'янець-Подільський : Рута, 2017. - 70 с.
5. Виборчий процес в демократичних державах: загальнотеоретичне та порівняльно-правове дослідження : монографія. Харків : Майдан, 2018. 358 с.
6. *Галумов Э.* Основы PR.- М., 2004.
7. *Душин И., Сысун А., Ложкин Б.* Выборы. Технологии избирательных кампаний.- Харьков, 1998, с. 110-115.
8. Закон України “Про вибори народних депутатів України”: закон України від 17 листопада 2011 р. № 4061-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4061-17.
9. Закон України “Про місцеві вибори”: закон України від 14 липня 2015 р. № 595-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2015 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-19
10. Закон України “Про статус депутатів місцевих рад”: із змінами внесеними Законом України № 2475-VIII від 03.07.2018 // Відомості Верховної Ради України. – 2018
11. *Кіслов Д. В*. Система державних маркетингових комунікацій: теорія і практика: монографія / Кіслов Д. В. ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К.: Леся, 2015. - 407 с.
12. *Климанська Л. Д.* Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної кухні.- Львів, 2007, Типи соціально-комунікативних технологій на виборах, с. 290-326.
13. *Корнієнко В. О.* Політичні технології у політичній практиці // Прикладна політологія: Навч. Посібник / За ред. В.П. Горбатенка.- К., 2008.
14. *Кочубей Л.* Виборчі технології: Навч. посіб.- К., 2008.

15. *Лисовский С. Ф., Евстафьев В. А.* Избирательные технологии: истории, теория, практика / Учебн. пособие для кандидатов и избирателей.- М., 2000.
16. *Нестерович В.Ф.* Виборче право України: Підручник. Київ. Видавництво Ліра-К. 2017. 504 с.
17. Политические технологии / Под. общ. ред. О. Ф. Шаброва.- М, 2001.
18. *Скрипкина Ж. Б.* Избирательные системы и технологии: Учебн. пособие.- М., 2007.
19. Сучасний виборчий PR / Кер.авт. кол. В. В. Лісничий.- К., 2004, Характеристика зарубіжних шкіл виборчого PR, с. 30-34.
20. *Шведа Ю.* Виборча система і виборчі технології // *Шведа Ю.* Партії та партійна система України: Навчальний посібник.- Львів, 2001, с. 57-62.

Рекомендована:

21. *Бебик В. М.* Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз.- К., 2005.
22. *Бойко О.* Використання нейролінгвістичного програмування у політичній сфері // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2009, Вип. 16, с.169-176.
23. *Верман О.* Нейролінгвістичні засоби впливу у виборчій кампанії // Політична психологія, 2003.
24. *Веселовський С.* Передвиборчі технології: зворотний бік використання (досвід російської президентської кампанії 1996 р.) // Нова Політика, 1998, № 3.
25. *Власенко О.* Політика “за склом” або таємниці виборчих технологій.- К., 2003.
26. *Выдрин Д.* Политические антитехнологии и их распознание // http://ava.md/01-politika/0123-polititicheskie-antitehnologii-i-ih-raspoznanie.html
27. *Галушко С.* Резерви виборчих технологій // Персонал, 2003, № 12, с. 26-29.
28. *Гев'юк А.* Вибори 2004: огляд інформаційних технологій // Форум: соціально-політичний журнал, 2005, № 1, с. 31-34.
29. *Голосов О. Я.* Віч-на-віч з інформаційним агресором // Віче, 1998, № 1, с. 24-29.
30. *Гуйтор М.* Особливості застосування виборчих технологій у президентських та парламентських кампаніях 1991-1999 рр. // Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія., Вип. 9, 2008, с. 111-115.
31. *Гусаковский А.* Классификатор ”черного PR” (Исследование информационных операций) // http://psyfactor.org/bleckpr.html
32. *Дмитришин Ю. А.* Застосування “брудних технологій” у політичній рекламі під час виборчої кампанії 2006 року // Наукові записки НаУКМА., Політичні науки, Т. 69, 2007, с.65-69.
33. *Доній О.* Які ”чорні” PR-технології використовуються під час цьогорічної виборчої кампанії? // Институт глобальных стратегий. Аналитика.-2006 // html://www.igls.com.ua/analytics/1162/
34. *Заворотченко Т. М.* Конституційно-правові основи використання зарубіжного досвіду при охороні і захисті виборчих прав громадян. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. 2019. № 3. С. 24-27.
35. *Зернецька О., Зернецький П.* PR-маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика // Політичний менеджмент, 2003, № 3, с. 101-114.
36. *Ільницький М. С.* Виборчий процес як форма реалізації принципів демократії. Вісник кримінологічної асоціації. № 2 (19), 2018. С. 224–237.
37. *Клячин А.* Політичні антитехнології: ціннісний вимір // Науковий Вісник Ужгородського університету, Сер. Політологія. Соціологія. Філософія, Вип. 15, 2010, с. 81-85.
38. *Корнієнко В.* Активне виборче право на місцевих виборах в Україні. Юридичний вісник. 2019. № 1. С. 134-139.

39. *Королько В. Г.* Основи паблик рілейшнз.- К., 1997.
40. *Кочубей Л. О.* Виборчі технології: політологічний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної України).- К., 2006.
41. *Кочубей Л.* Деструктивні технології виборчих кампаній: морально-психологічний аспект // Соціальна психологія.- 2007, Спецвипуск // http://www.politik.org.ua/vid/magcontent/php3?m=6&n=75&c=597
42. *Кочубей Л.* Конфліктні технології в сучасній Україні // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2009, Вип. 16, с.161-169.
43. *Кочубей Л. О.* Президентська кампанія-2010 в Україні: досягнення та прорахунки // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2010, Вип. 20, с. 165-174.
44. *Кучма Л.* Політична активність крізь призму політичного маніпулювання та політичного відчуження // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. Збірник наукових праць.- Львів, 2007, Вип. 19, с. 108-113.
45. *Матвієнків С.* Інформаційні війни: їх суть та вплив на політичну сферу суспільства // Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія., Вип. 10, с.113-119.
46. Марцеляк О. В. Принципи виборів Народних депутатів України (загальнотеоретична характеристика). 2018. URL: http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/3064/1/4.%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%86%D0%B5%D0%BB%D1%8F%D0%BA%20%D0%9E.%20%D0%92..pdf
47. *Миклащук І.* Політичне маніпулювання як чинник української політики // Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 69-78.
48. *Моисеев В.* Паблик рилейшнз. Теория и практика.- К., 1999.
49. *Мэрфи Р.* Технология избирательных кампаний в США // Политические исследования, 1991, № 30.
50. *Нальотов А.* Виборчі технології як чинник впливу на електоральну культуру й поведінку та їхня роль у трансформації політичних систем // Віче, 2007, № 16, с. 21-24.
51. *Нальотов А.* Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість // Політичний менеджмент, 2007, № 5, с. 126-138.
52. Натуркач Р.П., Бисага Ю.М., Бєлов Д.М. Виборче право в правовій системі України: Монографія. Ужгород: TIMPANI. 2015. 140 с.
53. *Ньюсом Даг, Терк Джуди Ван Слайд, Круберг Дин.* Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Пер. с англ.-М, 2001.
54. *Ольшанский Д.* Политический PR.- СПб, 2003.
55. *Панарин И. Н.* Технология информационной войны.- М., 2003.
56. *Полторак В.* А., *Петров О. В.* Социологические ПИАР-технологии в политике: средство манипуляции или инструмент политического действия http: // www.spr.org.ua/arbejder/ArticlePoltorakPetrov.doc
57. *Поплавський М.* Азбука паблік рілейшнз.- К., 1997.
58. *Посібник* "Типовий комунікаційний план у сфері кібер інцидентів під час виборів"- Центр «Белфер» з питань науки та міжнародних справ, Школа управління імені Джона Ф. Кеннеді, 2018 - 34с. https://drive.google.com/drive/folders/1tUHQaekvJUw_AnhMO4o9pudZhpRcEuZ_
59. *Посібник* "Стратегія забезпечення кібербезпеки під час проведення виборчої кампанії - Центр «Белфер» з питань науки та міжнародних справ, Школа управління імені Джона Ф. Кеннеді, 2018 - 39с. https://drive.google.com/drive/folders/1tUHQaekvJUw_AnhMO4o9pudZhpRcEuZ_
60. *Почепцов Г.* Информационно-политические технологии.- М., 2003.
61. *Почепцов Г.* Психологические войны.- М.-К., 1999.
62. *Почепцов Г.* Коммуникативные технологи XX века.- М.-К., 2001.

63. *Приходько О.* ”Об’єктивність” на замовлення. Право на інформацію та маніпулятивні виборчі технології // Віче, 2005, № 1, с. 14-17.
64. *Ротовский А. А.* Системный PR.- Днепропетровск, 2006.
65. *Сіленко А.* Антиреклама – шлях до влади // Віче, 2007, № 17, с. 10-11.
66. *Ставицька О. В.* Технології політичного менеджменту.- К., 2002.
67. *Сурмін Ю.* Напрями вдосконалення виборчих технологій в аспекті досвіду виборів 2006 року // Сучасна українська політика. Політика і політологи про неї.- К., 2007, Вип. 10. // http: // www.politik.org.ua/vid/bookscontent.php3?b=21&s=478
68. *Телешун С.* Українські політичні реалії і політичні технології // Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 4-6.
69. 10 секретів політичних кампаній / Д. Богуш - Міжнародний республіканський інститут, 2017 https://www.iri.org.ua/navchalni-resursy/10-sekretiv-politicnih-kampanii

Результати перегляду
робочої програми навчальної дисципліни

Робоча програма перезатверджена на 20___ / 20___ н.р. без змін; зі змінами (Додаток ___).
(потрібне підкреслити)

протокол № ___ від «____»_____ 20 ___ р. Завідувач кафедри _____ _____
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20___ / 20___ н.р. без змін; зі змінами (Додаток ___).
(потрібне підкреслити)

протокол № ___ від «____»_____ 20 ___ р. Завідувач кафедри _____ _____
(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20___ / 20___ н.р. без змін; зі змінами (Додаток ___).
(потрібне підкреслити)

протокол № ___ від «____»_____ 20 ___ р. Завідувач кафедри _____ _____

(підпис) (Прізвище ініціали)

Робоча програма перезатверджена на 20___ / 20___ н.р. без змін; зі змінами (Додаток ___).
(потрібне підкреслити)

протокол № ___ від «____»_____ 20 ___ р. Завідувач кафедри _____ _____
(підпис) (Прізвище ініціали)