ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ «ІНСТИТУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ОСВІТИ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ»
Кафедра економіки, менеджменту та управління територіями

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)
Менеджмент і аналіз виборчої кампанії

1) Шифр за ОНП: ВБ
2) Навчальний рік: 2022/2023
3) Освітній рівень: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
4) Форма навчання: денна, заочна
5) Галузь знань: 28 «Публічне управління та адміністрування»
6) Спеціальність: 281 «Публічне управління та адміністрування»
7) Компонента спеціальності: вибіркова
8) Семестр: 8
9) Розробники карти: кандидат наук з державного управління, доцент кафедри економіки, менеджменту та управління територіями ВСП «ІІНО КНУБА» Хлапонін Дмитро Юрійович; к. е. н, доцент, кафедри економіки, менеджменту та управління територіями ВСП «ІІНО КНУБА» Тіхонова Наталія Олександрівна; к. пед. н., к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та управління територіями ВСП «ІІНО КНУБА» Денисюк Ольга Василівна.
10) Мова навчання: українська
11) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс) - перелік дисциплін, на які безпосередньо спирається вивчення даної дисципліни: «Вступ до фаху», «Політологія».
12) Мета курсу: ознайомлення студентів з призначенням та специфікою менеджменту виборчих кампаній, а також із сутністю, різновидами та особливостями виборчих технологій. В ході розв'язання поставленої мети студенти очікувано повинні оволодіти категоріальним, термінологічним і понятійним апаратом із приводу менеджменту виборчих кампаній. Наслідками вивчення курсу має стати знання про різновиди та сфери застосування найрізноманітніших виборчих технологій.
13) Результати навчання:

№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
1.	РН 1. Використовувати базові знання з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження, індивідуальне завдання	Лекція, практичні заняття	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК6 ЗК8 ЗК8 ЗК12 ЗК13 СК1 СК2 СК3 СК9
2.	РН 6. Знати основні нормативно-правові акти та положення законодавства у сфері публічного управління та адміністрування.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження, індивідуальне завдання	Лекція, практичні заняття	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК6 ЗК8 ЗК8 ЗК12 ЗК13 СК1 СК2 СК3 СК9
3.	РН 7. Уміти організовувати та брати участь у волонтерських/культурно-освітніх/спортивних проектах, спрямованих на формування здорового способу життя / активної громадянської позиції.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження, індивідуальне завдання	Лекція, практичні заняття	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК6 ЗК8 ЗК8 ЗК12 ЗК13 СК1 СК2 СК3 СК9
4.	РН 14. Уміти корегувати професійну діяльність у випадку зміни вихідних умов	Обговорення під час занять, тематичне дослідження, індивідуальне завдання	Лекція, практичні заняття	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК6 ЗК8 ЗК8 ЗК12 ЗК13 СК1 СК2 СК3 СК9

5.	РН 16. Використовувати дані статистичної звітності, обліку та спеціальних досліджень у професійній діяльності.	Обговорення під час занять, тематичне дослідження, індивідуальне завдання	Лекція, практичні заняття	ЗК1 ЗК2 ЗК3 ЗК6 ЗК8 ЗК8 ЗК12 ЗК13 СК1 СК2 СК3 СК9

14) Структура курсу:

Лекції, год	Практичне заняття, год	Лабораторні заняття, год	Курсовий проект/ курсова робота РГР/ІЗ	Самостійні робота здобувача, год	Форма підсумково-го контролю
30	30	-	1	90	Іспит
Сума годин:			150		
Загальні кількість кредитів ECTS:			5,0		

15) Зміст курсу: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)

Лекції:

1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії.
2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси.
3. Електоральний менеджмент.
4. Електоральна комунікація.
5. PR у виборчій кампанії.
6. Маніпулювання у виборчій кампанії.
7. Іміджеологія та іміджмейкінг.
8. Виборчі технології та виборчн мистецтво.
9. Сучасні технології політичної боротьби.
10. Структура і зміст виборчих технологій спіндокторингу та іміджмейкінгу.
11. Сучасні технології політичної боротьби.
12. Зміст та соціальні мережі виборчих технологій.
13. Методи формування громадської думки під час виборчої кампанії.
14. Конкурент як об’єкт маркетингового дослідження в рекламі та PR.
15. Виборчі технології в Україні та за кордоном.

Практичні:

1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії.
2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси.
3. Електоральний менеджмент.
4. Електоральна комунікація.
5. PR у виборчій кампанії.
6. Маніпулювання у виборчій кампанії.
7. Іміджеологія та іміджмейкінг.
8. Виборчі технології та виборчн мистецтво.
9. Сучасні технології політичної боротьби.
10. Структура і зміст виборчих технологій спіндокторингу та іміджмейкінгу.
11. Сучасні технології політичної боротьби.
12. Зміст та соціальні мережі виборчих технологій.

13. Методи формування громадської думки під час виборчої кампанії.
14. Конкурент як об'єкт маркетингового дослідження в рекламі та PR.
15. Виборчі технології в Україні та за кордоном.

Індивідуальне завдання (інд. завдання з навчальної дисципліни студенти виконують відповідно до затвердженої тематики за їх власним вибором**):**
1. Поняття «політичні технології» та «виборчі технології».
2. Структура політичних технологій.
3. Еволюція поняття «технологія».
4. Виборчі технології як різновид політичних технологій.
5. Основні суб'єкти політичних відносин в період електоральної кампанії.
6. Мета виборчих технологій.
7. Поняття «стратегія» та «тактика» виборчої кампанії.
8. Модифікація електоральної поведінки виборців.
9. Формування загальної ідентифікації виборців і політиків.
10. Виборча інженерія.
11. Етапи розвитку виборчих технологій.
12. Газетна епоха: політичні комунікації через агітаторів, партійну пресу, плакати.
13. Телевізійна епоха: телебачення як основний засіб комунікації.
14. Цифрова епоха: нові телекомунікаційні технології (супутникове і кабельне телебачення, розвиток Інтернету).
15. Основні компоненти спілкування.
16. Диференціювання людей відповідно до їхнього ставлення до політики.
17. Сутність та особливості політичної орієнтації та політичного вибору.
18. Визначення феномена «політична технологія».
19. Політичні технології та їх види.
20. Технологія прийняття політичного рішення.
21. Основні виборчі системи, їх сутність і відмінності.
22. Сутність основних технологій виборчої кампанії.
23. Виборчі технології: їх різновиди і особливості використання.
24. Моделі виборчих кампаній.
25. Політичні PR технології.
26. Методи фальсифікації виборів.
27. Адміністративний ресурс і вибори.
28. Відповідальність за підкуп виборців.
29. Структура політичного інституту виборів.
30. Види і функції виборів.
31. Організація ресурсів виборчої кампанії.
32. Виборчий маркетинг.
33. Специфіка виборчої агітації за допомогою ЗМІ.
34. Сучасні інформаційні технології у виборчих кампаніях.
35. Формування іміджу кандидата у мас-медіа.
36. Формування іміджу політичної сили у мас-медіа.
37. Характеристика сучасних виборчих технологій.
38. Форми взаємодії з виборцями.
39. Дозволені та заборонені методи конкурентної боротьби за електорат.
40. Можливості адміністративного впливу під час виборчої кампанії.
41. Стан і перспективи розвитку виборчих кампаній в Україні та за кордоном.
42. Виборчі кампанії в Україні.
43. Виборчі кампанії в Європі.
44. Виборчі кампанії в США.
45. Визначення проблеми та ідентифікація стратегії виборчої кампанії.
46. Оцінка ресурсів виборчого штабу.
47. Аналіз структури виборчого штабу.
48. Оцінка ефективності виборчої технології.
49. Аналіз комунікаційної складової виборчої технології.
50. Моделювання виборчої технології
51. Особливості спілкування в політиці: мистецтво бути гідним.
52. Агітаційна мова: мистецтво залучати прихильників.
53. Мітингова промова, виступ в ЗМІ, проведення прес-конференції.

54. Електоральна комунікація за допомогою ЗМІ.
55. ЗМІ як інструмент маніпулювання свідомістю виборців.
56. Агітація і пропаганда.
57. Організація агітації і пропаганди.
58. Методи агітації і пропаганди.
59. Класифікація виборчих технологій.
60. Адміністративний ресурс і вибори.

Додаткове індивідуальне завдання:
1. Складіть план-графік виборчої кампанії по виборам (Президента України, народних депутатів України, виборів до місцевих рад).
2. Зробіть попередній аналіз одного із виборчих округів по виборах до Верховної Ради України або місцевої ради.
3. Підготуйте перелік питань для ознайомчого інтерв'ю з умовним кандидатом.
4. Складіть біографію кандидата.
5. Підготуйте програму кандидата, партії.
6. Підготуйте макет листівки.
7. Запропонуйте структуру виборчого штабу.
8. Підготуйте прес-реліз одного із заходів виборчої кампанії.

Самостійна робота студента:
Тема 1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії.
Тема 2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси.
Тема 3. Електоральний менеджмент.
Тема 4. Електоральна комунікація.
Тема 5. PR у виборчій кампанії.
Тема 6. Маніпулювання у виборчій кампанії.
Тема 7. Іміджеологія та іміджмейкінг.
Тема 8. Виборчі технології та виборчн мистецтво.
Тема 9. Сучасні технології політичної боротьби.
Тема 10. Структура і зміст виборчих технологій спіндокторингу та іміджмейкінгу.
Тема 11. Сучасні технології політичної боротьби
Тема 12. Зміст та соціальні мережі виборчих технологій
Тема 13. Методи формування громадської думки під час виборчої кампанії.
Тема 14. Конкурент як об'єкт маркетингового дослідження в рекламі та PR.
Тема 15. Виборчі технології в Україні та за кордоном

16) Основна література:

1. Богуш Д. 10 секретів політичних кампаній : Навчальний посібник / Д. Богуш – К.: Міжнародний республіканський інститут; Вид-во «Березовська», 2017. – 168 с
2. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання : навч. посіб. / О. Д. Бойко. – К. : Академвидав, 2010. – 432 с.
3. Перемогана виборах: технології, кампанії, принципи : практичний посібник / [Городок М. Д., Карташов А. В., Романенко Є. О., Стасюк В. Ю.], за заг. ред. М. Д. Городка – Київ : 2016. – 264 с
4. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.
5. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.
6. Штромайєр Г. Політика і мас-медіа / Г.Штромайєр; пер. з нім. А. Орган. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2018. – 303 с.

17) Додаткова література:

1. Андріяш В. І. Комунікаційна стратегія як інструмент формування зв'язків з громадськістю у сфері публічного управління: особливості застосування в органах правосуддя / В. І. Андріяш, Н. О. Торхова // Публічне управління та регіональний розвиток. – 2018. – № 2. – С. 217-237
2. Андріяш В.І. Ефективність прийняття державно-управлінських рішень: особливості використання політичного аналізу / Андріяш В., Громадська Н. // Публічне управління та регіональний розвиток. – 2020. – № 8. – С. 445-470.
3. Сліпецька Ю. Електоральні партії: теоретико-методологічні засади та ідеологічне позиціювання на прикладі паоламентських виборів 2019 / Юлія Сліпецька, Микола Спересенко // Грані. – 2020. – № 4 (23). – С. 45-57.
4. Сліпецька Ю. Зміна електоральних преференцій виборців під впливом політичної реклами під час

президентської виборчої кампанії 2019 // Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами четвертої міжнародної наукової конференції «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведи) від 9 листопада 2019 року / за ред. Анатолія Романюка і Віталія Литвина. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, – Вип. 4.– С. 114-124
5. Сліпецька Ю. Теоретико-методологічні засади дослідження електорального менеджменту і маркетингу / Ю. Сліпецька // Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск Л. Рижак, О. Квас. – Дрогобич : ТзОВ «Трек-ЛТД», 2020. – С. 121-123.
6. Маніпулятивні технології в політичній рекламі (на прикладі президентської виборчої кампанії 2019)/ Ю. Сліпецька / Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск Л. Рижак, О. Квас. – Дрогобич : ТзОВ «Трек-ЛТД», 2019.
7. Сліпецька Ю. Електоральні партії: ідеологічне позиціювання парламентських партій в Україні // Грані. – 2018. – № 21 (12). – С. 5-15.
8. Olity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm

18)Інформаційні ресурси:

1. Сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua
2. Бібліотека КНУБА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.knuba.edu.ua/

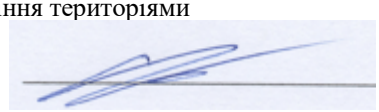
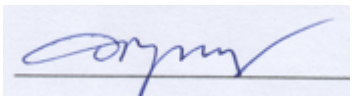
19) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів)

Поточне оцінювання та самостійна робота		Підсумковий тест	Сума
Результати роботи студентів під час семінару (практичної роботи)	Якість виконання індивідуального завдання		
30	20	50	100

20) Умови допуску до підсумкового контролю:
- відвідування лекцій;
- активність на практичних заняттях;
- дотримання термінів виконання РР;
- дотримання умов академічної доброчесності.

21) Політика щодо академічної доброчесності: розуміння здобувачами вищої освіти норм академічної доброчесності (вимог щодо оригінальності текстів та допустимого відсотку співпадінь).

22) Примітки:

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки, менеджменту та управління територіями Протокол № 01/09 від 05.09. 2022	Завідувач кафедри економіки, менеджменту та управління територіями  к. е. н., ст. дослідник, В. А. Чудовська
Схвалено Науково-методичною радою ВСП «Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва і архітектури» Протокол № 2 від 19.09.2022	Голова НМР ВСП «ІІНО КНУБА»  д. т. н., проф. Д. Е. Прусов