

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра загальноправових та політичних наук

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент і маркетинг виборчої кампанії

Освітня програма: _____ Політологія _____

Спеціальність: _____ 052 Політологія _____

Галузь знань: _____ 05 Соціальні та поведінкові науки _____

Ступінь вищої освіти: _____ магістерський _____

Затверджено на засіданні кафедри
загальноправових та політичних наук

Протокол №12 від 10 липня 2020 р.

м.Запоріжжя, 2020 р.

| • Загальна інформація | |
|---|---|
| Назва дисципліни | <i>Менеджмент і маркетинг виборчої кампанії</i> |
| Рівень вищої освіти | <i>другий (магістерський) рівень</i> |
| Викладач | <i>Арабаджієв Дмитро Юрійович, доктор політичних наук, доцент, завідувач кафедри загальноправових та політичних наук</i> |
| Контактна інформація викладача | +380(61)7698626 kafedra_zpn@zntu.edu.ua , kafedrazpn@gmail.com |
| Час і місце проведення навчальної дисципліни | <i>Згідно з розкладом</i> |
| Обсяг дисципліни | <i>Кількість годин для денного відділення – 120; кредитів – 4, розподіл годин (лекції – 14, семінарські – 28, самостійна робота – 78), вид контролю – екзамен</i> |
| | <i>Кількість годин для заочного відділення – 120; кредитів – 4, розподіл годин (лекції – 4, семінарські – 6, самостійна робота – 110), вид контролю – екзамен</i> |
| Консультації | <i>Згідно з графіком консультацій</i> |
| • Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни | |
| <i>Пререквізити навчальної дисципліни. Вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг виборчої кампанії» базується на знаннях, одержаних при вивченні гуманітарних і соціально-економічних дисциплінах.</i> | |
| <i>Постреквізити навчальної дисципліни. Здобуті здобувачем вищої освіти знання при вивченні дисципліни «Менеджмент і маркетинг виборчої кампанії» є обов'язковими для таких складових подальшого навчання: «Сучасний парламентаризм», «Технології виборчих кампаній», переддипломна практик, кваліфікаційна дипломна робота.</i> | |
| • Характеристика навчальної дисципліни | |
| <i>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати:</i> | |
| <u><i>загальні компетентності:</i></u> | |
| <ul style="list-style-type: none"> <i>• знання предметної області та розуміння професійної діяльності.</i> <i>• здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</i> <i>• здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, з експертами з інших галузей знань.</i> | |
| <u><i>фахові компетентності:</i></u> | |
| <ul style="list-style-type: none"> <i>• розуміння природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації.</i> <i>• застосування політологічних понять, теорій і методів до аналізу владно-політичних відносин політичних акторів, інститутів та ідей відповідно до певного історичного або сучасного контексту.</i> <i>• розуміння особливостей реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту функціонування та взаємодії.</i> <i>• спроможність фахово виконувати політико-організаційні, експертно-аналітичні та консультаційні функції на національному та міжнародному ринку праці.</i> | |
| <u><i>результати навчання:</i></u> | |
| <ul style="list-style-type: none"> <i>• постійно вчитися та оволодівати сучасними професійними знаннями.</i> <i>• проводити професійний пошук, оброблення та аналіз фактів, даних та інформації з різних первинних та вторинних джерел.</i> <i>• знати нормативну та позитивну політичну теорію, політичний аналіз, порівняльну та прикладну політологію.</i> <i>• розуміти принципи функціонування та закономірності розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної</i> | |

| |
|---|
| <p>культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн та регіонів.</p> <ul style="list-style-type: none"> • використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для інтерпретації та змістовного аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні • розуміти особливості реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічний, історичний та соціокультурний контекст функціонування та взаємодії. • розуміти природу та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації. • розуміти сучасні проблеми державотворення, ефективного функціонування політичних інститутів в різних країнах і насамперед в Україні. Уміння виявляти проблемні питання сучасної політології, аналізуючи відповідні розділи політичної сфери • використовувати знання процесу розробки та управління проектами. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності, застосування методів наукового пізнання і політичних інструментів. Вміння характеризувати реалізацію та складнощі розбудови політичного курсу України на сучасному етапі. • використовувати знання форм, методів та технологій політичного прогнозування і моделювання реальних суспільних явищ. Вміння діагностувати суспільні процеси. • використовувати знання загальних закономірностей політичної сфери. Вміння аналізувати проблеми соціально-політичних ситуацій. |
| <p align="center">• Мета вивчення навчальної дисципліни</p> |
| <p>Метою викладання навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг виробничої кампанії» є комплексне висвітлення теоретичного підґрунтя політичного менеджменту і маркетингу, формування у студентів аналітичних навичок і вмінь застосування основних технологій виборчої інженерії та політичного рекламування в умовах функціонування сучасного політичного ринку.</p> |
| <p align="center">• Завдання вивчення дисципліни</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • вивчення основних категорій «менеджменту» та «маркетингу» виробничої кампанії; • формування у здобувачів вищої освіти певних уявлень щодо сутності, характеру, закономірностей та функцій політичного менеджменту і маркетингу; • розкриття основних характеристик стратегії і тактики виборчої кампанії та навчання студентів самостійно використовувати методики її прикладного моделювання; • ознайомлення із специфікою функціонування політичного ринку, особливостями політичного рекламування, основними принципами політичного консультування; • формування у студентів певних поведінкових навичок та умінь, праця у колективі, вміння збирати та обробляти аналітичну інформацію, проведення переговорів, уникнення конфліктів. |
| <p align="center">• Зміст навчальної дисципліни</p> |
| <p align="center">Модуль I. Політичний менеджмент і маркетинг Змістовний модуль I. Політичний менеджмент Тема 1. Політичний менеджмент і маркетинг.</p> <p>Політична діяльність як регулятор суспільних відносин. Економічна, політична та духовна сфери суспільства як системи. Організаційні чинники політичної сфери суспільства. Система понять, утворена політичними процесами. Поняття політичного ринку в контексті виборювання та утримання влади і, як наслідок, — утворення поняття політичного маркетингу. Розкриття поняття політичного маркетингу. Функції політичного маркетингу. Дослідження політичного ринку: виборча інженерія. Методи політичної інженерії. Політичне рекламування, його етапи. Сутність управління політичною сферою суспільства. Політичний менеджмент. PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version http://www.fineprint.com Види політичного</p> |

менеджменту: менеджмент виборчої кампанії; менеджмент правлячої (урядової команди). Спільне та відмінне. Інформаційне забезпечення політичного менеджменту. Схема побудови інформаційно-дослідної служби політичної кампанії (урядової команди). Адміністративний і маркетинговий менеджмент.

Тема 2. Політичне лідерство у технологіях реалізації влади

Чинники політичного лідерства в контексті виборювання влади. Правляча еліта. Концепції лідерства в малих групах. Чинники впливу на політичне керівництво: переконання, стиль, мотиви, ре-акція на нетипові ситуації, попередній шлях, попередній політичний досвід, політичний клімат. Стилі політичного лідерства: авторитарне, формальне, неформальне. Типи політичного лідерства: традиційне, харизматичне, легальне. Індивідуальне політичне лідерство та його характеристики. Персональний та колективний лідер у політиці: поняття та функції політичного лідера. Політичне лідерство в Україні. Вплив моделі політичного лідерства на політичне життя суспільства.

Тема 3. Політична комунікація та інформаційна влада

Визначення політичної комунікації. Класифікація систем політичної комунікації. Три основні комунікативні способи передавання інформації: ЗМК (засоби масової комунікації), організації, неформальні контакти. Передавання політичної інформації: логічне та емоційне переконання. Основні принципи політичної комунікації. Основні функції політичної комунікації. Інформаційна влада та засоби її реалізації. Види ЗМК: друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі. Концепція свободи преси. Функції засобів масової комунікації. Форми організації ЗМК. Горизонтальна та вертикальна політичні комунікації. Концепції функціонування мас-медіа. Поняття і сутність політичного маніпулювання. Способи політичного маніпулювання. Особливості комунікації з масовою аудиторією. Способи впливу на масову аудиторію: ствердження, повторення, заразливість тощо. Вербальна та невербальна комунікації.

Тема 4. Організація та функціонування політичних систем і режимів

Поняття і сутність політичної системи. Політична система як частина суспільної системи. Загальна структура політичної системи. Цілі, завдання й функції структурних компонентів політичної системи. Політична система та економіка. Принцип єдності економіки, політики та ідеології у функціонуванні політичної системи. Механізм політичної системи, обмін чинників «вхід — вихід» (Т. Парсонс, Д. Істон, У. Мітчел). Типологізація політичних систем. Функції політичної системи як елемента суспільства: регулююча, видобувна, розподільна, реагуюча, символізуюча. Функції політичної системи всередині політичної системи (віддзеркалення внутрішніх процесів): нормотворчість, застосування правил, контроль за виконанням правил, збереження та адаптація системи. Критерії виокремлення політичних режимів. Типологія політичних режимів: демократичні, авторитарні, тоталітарні. Ознаки політичних режимів. Форми політичного правління.

Змістовний модуль 2. Політичний маркетинг

Тема 5. Маркетинговий менеджмент виборчої кампанії.

Формування команди кандидата Кількісний та якісний склад кандидатської команди. Кандидатська команда: перспективний розвиток — від команди кандидата до урядової команди. Принципи формування виборчої команди. Патронажна й апаратна частини команди, їх функції. Функціональна структура передвиборчої команди. Патронажні підрозділи: група моніторингу громадської думки та політичного аналізу, прес-служба, група планування організації масових заходів. Психологічна структура команди: баланс розподілу соціопсихологічних ролей, коригування міжособистісних стосунків у команді. Схема «особа — функція». Коригування стратегії і тактики передвиборчих дій та іміджу кандидата. Неформальні структури підтримки: група

прихильників серед популярних людей («фігури-ретранслятори»); група організаційно-методичного і наукового забезпечення (психологи, політичні менеджери і маркетингологи, ЗМК, художники, поліграфісти); група швидкого реагування (оперативного вивчення громадської думки).

Тема 6. Оцінювання політичної ситуації.

Розробка та реалізація політичної стратегії

Аналіз політичної ситуації: «країна — виборчий округ». Інформаційні аспекти для всебічного оцінювання політичної ситуації виборчого округу. Актуальність інформації про політичні традиції конкретного округу та її роль у розробці політичної стратегії. Аналіз ставлення електорату до певних інституцій. Вивчення виборчої кон'юнктури, рейтингу окремих структур та політичних лідерів. Соціологічні та соціопсихологічні дослідження як ключове інформаційне резюме, запорука правильного оцінювання політичної ситуації. PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version <http://www.fineprint.com> 9 Об'єктивні чинники електоральної поведінки: умови і характер трудової діяльності, матеріальний і культурний рівні, стать, вік, релігійність тощо. Політична культура електорату. Інтерес до політики. Абсентеїзм як політична позиція виборця. Причини абсентеїзму.

Результати аналізу політичної ситуації як базис розробки політичної стратегії кандидата. Загальні вимоги до стратегії виборчої кампанії. Принципи побудови текстового (тезисного) варіанта виборчої програми. Базові елементи виборчої політичної стратегії. Іміджеві елементи стратегії: · декларація причетності (умови її ефективної дії); · створення міжособистісного контрасту кандидатів (основний принцип цього методу); · створення ідеологічного контрасту кандидатів (протидія ідеологічних чинників); · ставка на базову проблему (правильний вибір і підсилення найактуальнішої для виборців проблеми); · формування позитивного іміджу кандидата (розкриття сутності політичного іміджу). Організаційно-політичні елементи стратегії: · утворення передвиборчих коаліцій (мережа контактів з найвпливовішими лідерами, структурами і групами, що формують громадську думку); · ставка на владні структури (підтримка кандидата виконавчою владою); · ставка на суспільно-політичні структури (застосування методу в поєднанні з декларацією причетності); · ставка на ЗМК (абсолютний контроль кандидата над певною частиною мас-медіа). Спеціальні елементи стратегії: · створення негативного іміджу конкурентам (ефект «протилежної дії», принцип голосування не «за», а «проти»); · деморалізація конкурентів (поєднаний тиск на конкурентів матеріально-фінансовими, владними, партійно-політичними важелями та ЗМК); PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version <http://www.fineprint.com> · розкол конкурентів (порушення єдності політичних переконань у коаліціях опонентів); · розкол електорату (клонування партій та розтягування голосів виборців).

Тема 7. Організація і проведення рекламної кампанії

Побудова тактики виборчої кампанії. Основні проблеми виборчої кампанії: організація і порядок їх розв'язання. Імідж та його особливості. Типи та функції іміджу. Іміджеві комунікації. «Подійна» комунікація як спосіб привертання уваги до кандидата. Організація зв'язків з громадськістю. Маніпулятивні можливості преси, вплив на формування ситуації. Правила організації виступів членів команди у мас-медіа. Прес-служба та її функції. Умови забезпечення успішної роботи прес-служби. Кадровий склад пресслужби. Прес-секретар, його ролі та обов'язки: інтерв'ю, брифінги, прес-конференції, прийоми, коктейлі, кулуарні розмови. Спеціальні заходи прес-служби: прес-конференція (сутність, структура, порядок проведення); підготовка інформаційних пакетів для преси: прес-релізи, вимоги до прес-релізів. Загальні правила роботи з пресою. Засоби політичної комунікації: кабельне телебачення, телеконференції. Комп'ютеризація виборчої кампанії. Ефірне телебачення, види рекламних роликів та їх тривалість: «упізнавання-нагадування», «провідна ідея», «стисла розповідь»,

«грунтовна розповідь». Політична телевізійна режисура. Типи політичної реклами: ознайомлення, розв'язання проблеми, свідчення, калейдоскоп контрастів, позитивні емоції, досвід, репортаж, організаційна прив'язка. Візуальне сприйняття кандидата по телебаченню. Основні правила візажу та fashion-дизайну для кандидата. Друкована реклама. Правила складання передвиборних листівок.

• План вивчення навчальної дисципліни

| № теми | Назва теми | Форми організації навчання | Кількість годин для денного відділення | Кількість годин для заочного відділення |
|---------------------------|--|----------------------------|--|---|
| | | | | |
| 1 | <i>Політичний менеджмент і маркетинг</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 4 / 10</i> | <i>1 / 0 / 15</i> |
| 2 | <i>Політичне лідерство у технологіях реалізації влади</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 4 / 10</i> | <i>1 / 1 / 15</i> |
| 3 | <i>Політична комунікація та інформаційна влада</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 4 / 10</i> | <i>0 / 1 / 15</i> |
| <i>Модульний контроль</i> | | | | |
| 4 | <i>Організація та функціонування політичних систем і режимів</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 4 / 10</i> | <i>0 / 1 / 15</i> |
| 5 | <i>Маркетинговий менеджмент виборчої кампанії. Формування команди кандидата</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 4 / 12</i> | <i>1 / 1 / 16</i> |
| 6 | <i>Оцінювання політичної ситуації. Розробка та реалізація політичної стратегії</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 6 / 12</i> | <i>1 / 1 / 18</i> |
| 7 | <i>Організація і проведення рекламної кампанії</i> | <i>л / пр / срс</i> | <i>2 / 2 / 14</i> | <i>0 / 1 / 16</i> |

Модульний контроль

Підсумковий контроль

екзамен

• Самостійна робота

Самостійна робота – це вид розумової діяльності, за якої студент самостійно (без сторонньої допомоги) опрацьовує в кожному змістовному модулі перелік тем (на основі опрацювання інформаційних джерел веде пошук відповідей на актуальні питання, вирішує практичні питання, складає тести, вирішує задачу або ситуаційну вправу, виконує інші завдання на основі знань, отриманих з підручників, книг, лекцій, практичних занять). Головною метою самостійної роботи є формування самостійності суб'єкта,

що вчиться, формування його вмінь, знань і навичок.

Під час вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг виборчої кампанії» виокремлено такі види самостійного навчання студента:

- 1) відпрацювання тем лекцій та практичних занять, виконання практичних робіт;
- 2) підготовка доповідей, презентація результатів власних досліджень та проекту;
- 3) підготовка до модульного контролю та екзамену;
- 4) робота з інформаційними джерелами та ін.

Кожен із зазначених видів потребує від студентів наполегливої самостійної праці. Насамперед, потрібно, щоб кожен студент у процесі навчання дотримувався гігієни розумової праці. Викладач дисципліни на початку вивчення дисципліни проводить настановне заняття, особливо зі студентами, які оформили індивідуальний графік навчання.

Здійснюється самостійна робота безпосередньо через зміст і методи всіх видів навчальних занять. Самостійна робота студентів є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від аудиторних навчальних занять час. Навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів, регламентується робочим навчальним планом.

Завдання до самостійної роботи мають унеможливити механічне заучування студентами фактичного матеріалу або поверхове знайомство з явищами та процесами. Для отримання позитивної оцінки студент повинен не просто продемонструвати володіння певним обсягом знань, а й уміти розв'язувати певні елементи наукових проблем, аналізувати та систематизувати отримані дані, знаходити оригінальні рішення на підставі самостійно здобутої інформації, формулювати й відстоювати власну точку зору. Йдеться, передусім, про самостійне опрацювання навчальної, наукової та довідкової літератури. Рекомендованим елементом цієї роботи студентів є ведення записів (допускається й електронний варіант або презентація). Такий підхід сприяє кращому засвоєнню фактичного матеріалу, дає можливість зберегти його в зручному для використання вигляді. Рівень виконання студентом самостійної роботи враховується при виставленні підсумкової оцінки за змістовими модулями навчальної дисципліни.

Студенти мають змогу отримати завдання та завантажити свої напрацювання в систему дистанційного навчання (moodle) НУ «Запорізька політехніка» (<https://moodle.zp.edu.ua/>).

| Теми | Кількість годин для денного відділення | Кількість годин для заочного відділення |
|--|--|---|
| Тема 1. Політичний менеджмент і маркетинг як новий науковий напрям і навчальна дисципліна | 10 | 15 |
| Тема 2. Теоретичні методи політичного менеджменту (системний аналіз, функціоналізм, структуралізм, топологічний метод) | 10 | 15 |
| Тема 3. Розробка та побудова перевиборної стратегії. Використання тактичних прийомів для проведення успішної виборчої кампанії | 10 | 15 |
| Тема 4. Формування і написання програми кандидата | 10 | 15 |
| Тема 5. Організація і проведення рекламної кампанії | 12 | 16 |
| Тема 6. Дослідження політичного ринку | 12 | 18 |
| Тема 7. Політична репутація і політичний репутаційний менеджмент | 14 | 16 |
| Консультативна допомога студенту надається у таких формах: | | |
| • особиста зустріч викладача і студента за графіком консультацій | | |

<https://zp.edu.ua/kafedra-zagalnopravovyh-ta-politychnyh-nauk>;

- листування за допомогою електронної пошти kafedra_zpn@zp.edu.ua (у форматі 24/7);
- відеозустріч, аудіоспілкування або чат консультації (за графіком консультацій викладача).

• Система та критерії оцінювання курсу

Зведена таблиця набору балів за семестр

| Бали за навчальний семестр | Розподіл балів за змістовними модулями | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| Вид заняття | 1 зміст. модуль (максимум балів) | 2 зміст. модуль (максимум балів) |
| Поточний контроль | 60 | 60 |
| Модульний контроль (МК) | 40 | 40 |
| Всього по змістовним модулям 1 та 2 | 100 | 100 |
| Всього за вивчення дисципліни | 100 (3М1 + 3М2 / 2) | |

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка за національною шкалою | |
|--|--|---|
| | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90-100 | відмінно | зараховано |
| 85-89 | добре | |
| 75-84 | | |
| 70-74 | | |
| 60-69 | задовільно | |
| 35-59 | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 1-34 | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

• Політика курсу

Політика відвідування аудиторних занять (особиста присутність студента). Відвідування занять є обов'язковим компонентом в системі вивчення курсу, набуття загальних та фахових компетентностей (відвідування лекцій та практичних занять). Самостійну роботу студент виконує у системі дистанційного навчання (<https://moodle.zp.edu.ua/>). За об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, стажування, мобільність, індивідуальний графік, інше) аудиторні види занять та завдань також можуть бути трансформовані в систему дистанційного навчання.

Політика дедлайнів. Студент зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) студент має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використанні методик досліджень і джерела

інформації; використання достовірної інформації з офіційних джерел у проектних завданнях.

Політика дотримання прав та обов'язків студентів. Права і обов'язки студентів відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка»

(https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protseesu.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і студентом в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».