

	ПОЛІТИЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ТА ТРАНЗИТИВНІ ПРОЦЕСИ (обов'язкова компонента) Ступінь вищої освіти – другий (магістерський) Освітньо-професійна програма: 052 «Політологія» Курс навчання: 1, семестр 2 Кількість кредитів: 3, 90 годин Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, к. 35, щотижнево за розкладом
---	---

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат політичних наук, доцент <i>Кройтор Артем Вікторович</i>
Кафедра: Контактна інформація:	політології artem.politique@gmail.com a.kroitor@onu.edu.ua

КОМУНІКАЦІЯ

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

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою дисципліни є ознайомити здобувачів з особливостями електоральних технологій в умовах функціонування сучасної паритетної демократії, а також надати розуміння сутності електорального менеджменту та маркетингу як невід'ємних складових сучасного політичного ринку.

Завданнями дисципліни є:

- ✓ сформувати у здобувачів здібності професійного політологічного аналізу електоральних технологій;
- ✓ забезпечити вміння використовувати набуті здобувачами знання для організації електоральних кампаній як на місцевому, регіональному так і на загальнодержавному рівні;
- ✓ сформувати практичні вміння планування електоральних кампаній та використання відповідних політичних технологій;
- ✓ забезпечити використання набутих знань для аналізу позитивних і негативних сторін менеджменту та маркетингу електоральних кампаній.

Пререквізити: «Політична психологія», «Вибори та виборчі технології», «Технології та техніки політичної комунікації», «Політичне прогнозування та консалтинг», «Спін-Рейтинг», «Технології конструювання політичного простору» для освоєння вказаної дисципліни.

Постреквізити: «Кваліфікаційна робота», «Політологічна практика».

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен :

знати:

- сутність електорального менеджменту та маркетингу їх ролі в структурі політичного ринку;
- етапи, структуру та типи виборчих кампаній;
- особливості формування, структуру та діяльність виборчого штабу;
- особливості представництва кандидата в структурі виборчих комісій;
- стратегії і тактики виборчої кампанії;
- особливості фінансування виборчої кампанії та сутність фандрайзингу;
- технології електоральних комунікацій та PR у виборчій кампанії;

- технології формування і реалізації брендингу кандидата;
- сутність виборчої програми та технології її просування;
- особливості передвиборчої агітації та її ролі в структурі виборчої кампанії.

вміти:

- розробляти календарний план виборчих кампаній відповідно до їх типу;
- формувати ефективну структуру виборчого штабу;
- раціонально забезпечувати представництво кандидата в структурі виборчих комісій;
- розробляти стратегії і тактики виборчої кампанії;
- ефективно використовувати технології електоральних комунікацій та PR у виборчій кампанії;
- використовувати відповідні технології формування і реалізації брендингу кандидата з урахуванням специфіки виборчої кампанії;
- розробляти виборчу програму та використовувати успішні технології її просування.

володіти: навичками чіткого оперування понятійно-категоріальним апаратом електорального менеджменту та маркетингу, аналітичними здібностями щодо аналізу електорального поля, навичками розробки виборчої кампанії.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (24 год.) та практичних (24 год.), організації самостійної роботи здобувачів (72 год.).

Зміст навчальної дисципліни

Тема	Зміст	Форми робіт
Тема 1. Вступ. Політичний менеджмент та маркетинг в структурі електоральних технологій.	Мета та завдання курсу, методи контролю. Сутність виборів та їх основні функції в політичній системі. Вибори як механізм ротації політичної еліти та відбору вимог в політичній системі. Види виборчих систем та їх вплив на електоральні технології. Територіальна організація системи виборчих комісій відповідно до діючої виборчої системи. Види політичного 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	Обговорення, завдання, презентації
Тема 2. Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.	Виборча кампанія. Чинники успіху виборчої кампанії. Передвиборча кампанія. Маркетингова та адресна виборчі кампанії. Типи виборчих кампанії та їх особливості. Етапи та середовище виборчої кампанії. Критерії успішності виборчої кампанії.	Обговорення, завдання, презентації
Тема 3. Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність	Електоральний (виборчий) менеджмент. Виборча команда: принципи формування та підбір. Підходи до формування виборчої команди. Джерела формування виборчої команди. Критерії оцінювання претендентів у виборчу команду. Правила ефективної роботи виборчої команди. Виборчий штаб. Завдання виборчого штабу. «Білий штаб» та «Сірий штаб». Заходи безпеки виборчого штабу. «Кухонний кабінет» - головний штаб виборчої кампанії. Структура виборчого штабу. Керівник (менеджер) виборчої кампанії. Способи підбору керівника (менеджера) кампанії. Референт-секретар кандидата – помічник кандидата в депутати. Начальник виборчого штабу. Начальник районного виборчого штабу. Прес-секретарь. Юристконсульт виборчого штабу. Скарбник. Керівник аналітичної групи. Керівник добровольців (волонтерів). Керівник агітаторів (агітаційної команди). Керівник спеціальних проєктів. Керівник групи безпеки виборчого штабу. Керівник групи матеріально-технічного забезпечення. Агітаційна команда. Алгоритм роботи з агітаторами такий. Громадськість і вибори. Громадські та виборчі комітети, комітети політичних дій. Громадський комітет підтримки. Електоральний лідер. Довірена особа кандидата. Виборчі комітети. Комітети політичних дій. Участь недержавних організацій	Обговорення, завдання, презентації

	(НДО) у виборах.	
Тема 4. Стратегії і тактики виборчої кампанії	Аналіз політичної ситуації у виборчому окрузі. Актуальність інформації про політичні традиції конкретного округу та її роль у розробці політичної стратегії. Електоральне поле. Виборча спільнота та її налаштованість. Цільова група виборців. “Хиткі виборці”. Адресна виборча кампанія. 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. Організаційно-політичні елементи стратегії. Спеціальні елементи стратегії. Планування виборчої кампанії. Зовнішнє середовище виборчої кампанії. План-графік виборчої кампанії. Рекламна кампанія та рекламна стратегія. Графік розміщення реклами. Медіа-план виборчої кампанії. Бюджет виборчої кампанії.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
Тема 5. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	Матеріальні та нематеріальні ресурси виборчої кампанії. Виборчий фонд та шляхи його фінансування. Нормативно-правове регулювання фінансування виборчих кампаній. Джерела фінансування виборчої кампанії. Адекватність ресурсів поставленим цілям. Базові та похідні ресурси. Фондрайзінг. Фактори успіху виборчої кампанії. Установка кампанії (коефіцієнт перемоги). Бюджет виборчої кампанії та його формування. Проблеми фінансування виборчої кампанії.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
Тема 6. Технології електоральних комунікацій. PR у виборчій кампанії.	Класифікація та характеристика передвиборчих та виборчих технологій. “Чисті” та “брудні” виборчі технології. Офіційні (законні) та неофіційні (незаконні) виборчі технології. Базові та диференційні виборчі технології. PR-технології. “Білий”, “чорний”, “сірий”, “жовтий”, “червоний” PR. Адміністративний ресурс. Спеціальні форми та методи впливу на електорат. Психотехнології. Психологічні війни. Маніпулювання свідомістю. Нейролінгвістичне програмування. Поведінка кандидата в умовах компрометуючого впливу. Правила оборони у виборчих кампаніях. Спін-технології. Технологія спін-докторингу.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
Тема 7. Брендинг та імідж кандидата: технології формування і реалізації.	Брендинг кандидата: сутність та формування. Партійний брендинг. Ринок кандидатів. Попит на кандидата. Особисті якості кандидата (особистісні ресурси) Імідж та його різновиди. Основні принципи формування іміджу. Оптимізація іміджу. Іміджологія, іміджмейкінг, іміджмейкер. Образ кандидата. Типаж кандидата. Символ. Міф. Іміджеві легенда. Імідж політичного лідера та політичної	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні, проблемні завдання

	партії. Вимоги до візуальних та текстових інтерв'ю. "Зона Уейта". Іміджеві стратегії. Технології "розкрутки" міфу та ідеї. Формування позитивного іміджу лідера чи партії (блоку). Реагентність партії.	
Тема 8. Розробка виборчої програми кандидата та технології її просування.	Типології політичних ідеологій. Позиціонування основних політичних партій щодо ідеології. Співвідношення партійної ідеології і партійної програми. Способи вимірювання основних настроїв/очікувань виборців. Диференціація очікувань виборців відповідно до їх приналежності щодо основних суспільних груп. Орієнтація на актуальні настрої виборців і програмні завдання політичних акторів. «Ключове повідомлення». Основні вимоги до ключового повідомлення. Структура передвиборчої програми. Розробка меседжу і слогану. Технології і засоби поширення програмових засад кандидата.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні, проблемні завдання
Тема 9. Передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії.	Поняття агітації. Методи роботи з виборцями. Засоби політичної комунікації. Реклама в структурі агітації. Інформаційні технології формування порядку денного в ЗМІ. Методи агітації та засоби реалізації. Пропаганда та маніпуляція в структурі агітаційної кампанії Інтернет як ефективний спосіб просування агітації. Моделі політичної комунікації.	Обговорення, завдання, презентації

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

- 10 секретів політичних кампаній / Д. Богуш - Міжнародний республіканський інститут, 2017 <https://www.iri.org.ua/navchalni-resursy/10-sekretiv-politichnih-kampanii>
- 3.Кройтор А.В. Технології маніпуляції у конструюванні порядку денного /А.В. Кройтор// Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць. Випуск 62– Одеса, 2018. – С.36-44.
- Kroytor A. V. Post-election situation in Ukraine: changing faces or ideological ? / A. V. Kroytor, D. V. Yakovlev // Contemporary issues of the world community and the role of social sciences in ensuring its development: collective monograph / A. V. Kroytor, D. V. Yakovlev, S. V. Kutsepai, O. M. Yeremenko, etc. – Lviv-Torun : Liha-Pres, 2020. – P. 1-29.
- Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с.
- Віннічук О. В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч.- метод. посіб. / О. В. Віннічук, О. В. Рибшун. - Кам'янець-Подільський : Рута, 2017. - 70 с.
- Камуз А. Аналіз особливостей менеджменту виборчої кампанії в сучасних реаліях. - Державне будівництво. – № 1/2016
- Королько В. Г. Основи публіцистики: підручник для студентів вузів / В. Г. Корольков; С. Удовик. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 528 с.
- Кройтор А. Ідеологічні особливості партійної палітри сучасної України: аналіз програм вітчизняних парламентських партій / А. Кройтор. // SPACE/Society, Politics, Administration in Central Europe. – 2019. – №11. – С. 11–20.
- Кройтор А.В. Ідеології парламентських партій України /А.В. Кройтор// Правове життя сучасної України: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (15 травня 2020 р., м. Одеса): у 2 т. Т.1/ відп. ред.. М.Р. Аракелян. – Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. – С. 229-232.
- Кройтор А.В. Технології інформаційного впливу на формування громадської думки /А.В. Кройтор// Правове життя сучасної України: матеріали Міжнародної науково-

- практичної конференції (17 травня 2018 р., м. Одеса): у 2 т. Т.1/ відп. ред.. Г.О. Ульянова. – Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2019. – С. 224-227
11. 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>
 12. Полтораки В. А. Політичний маркетинг. – Дніпропетровськ, 2001.
 13. 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.
 14. 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/1tUNQaekvJUw_AnhMO4o9pudZhpRcEuZ_
 15. Почепцов Г. Г. Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998.
 16. Прикладна політологія: навч.посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472с.
 17. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / В.В. Лісничий, В. О. Грищенко, В.М. Іванов та інші, - 2-ге видання, перероблене та доповнене. К.: ВД «Професіонал», 2004. – 384с.
 18. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.
 19. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. - 340с.

Інформаційні ресурси

1. Freedom House. Офіційний сайт: <https://freedomhouse.org/>
2. <http://www.nbu.gov.ua/portal/libukr.html>
3. Верховна Рада України. Офіційний сайт. <https://www.rada.gov.ua/>
4. Газета Верховної Ради України «Голос України». Офіційний сайт. <http://www.golos.com.ua/>
5. Кабінет Міністрів України. Офіційний сайт. <https://www.kmu.gov.ua/>
6. Наукова бібліотека Одеського національного університету ім.І.І. Мечникова. Офіційний сайт <http://lib.onu.edu.ua/>
7. Національна бібліотека України ім.В.І.Вернадського. Офіційний сайт.
8. Національна парламентська бібліотека. Офіційний сайт. <http://www.nplu.org/>
9. Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. Аналітичні доповіді. Офіційний сайт: <http://www.niss.gov.ua/catalogue/7/>
10. Офіційний вісник України. Офіційний сайт. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/b19>
11. Президент України. Офіційний сайт. <https://www.president.gov.ua/>
12. Виборчий кодекс України. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text> (дата звернення: 20.10.2024).
13. Civic Organization "Committee of voters of Ukraine". Головна - Комітет виборців України. URL: <http://cvu.org.ua/> (date of access: 20.10.2024).
14. Центр Разумкова. razumkov.org.ua. URL: <https://razumkov.org.ua/> (дата звернення: 20.10.2024).
15. Freedom in the World. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world>

16. Polity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: <http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm>
17. Nations in Transit. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transi>
18. Varieties of democracy. URL: <https://v-dem.net/>

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – іспит.

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.