



ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

Ступінь вищої освіти – другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма: С 2 «Політологія»
Рік 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 політ. наук, доцент Кройтор Артем Вікторович
Кафедра:	політології
Контактна інформація:	artempolitique@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі студентами буде здійснюватися через вказаний E-mail та очні зустрічі на консультаціях.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета: 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.

Предметом вивчення є: політичний менеджмент та маркетинг в структурі політичного ринку та сучасні електоральні технології. Зокрема менеджмент виборчої кампанії організація діяльності виборчого штабу, стратегії та тактики виборчої кампанії, технології електоральних комунікацій, PR у виборчій кампанії, брендинг та імідж кандидата, розробка виборчої програми та технології її просування, передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії.

Завдання курсу: 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.

Передумовою вивчення дисципліни є опанування таких дисциплін, як: «Вибори та виборчі технології», «Державне управління та місцеве самоврядування», «Прикладна політологія» на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, «Політична регіоналістика», «Спіч-райтинг» на другому (магістерському) рівні вищої освіти.

Постреквізити: «Політологічна практика», «Лобіювання та адвокація в політичних процесах».

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Результати навчання	Завдання
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Менеджмент виборчої кампанії		
Тема 1. Вступ. Політичний менеджмент та маркетинг в структурі електоральних технологій.	<i>Знати сутність виборів та їх основні функції в політичній системі. Розумітися на видах виборчих систем та їх впливі на електоральні технології. Враховувати територіальну організацію системи виборчих комісій відповідно до діючої виборчої системи. Розрізняти види політичного менеджменту: менеджмент виборчої кампанії; менеджмент правлячої (урядової команди).</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 2. Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.	<i>Знати чинники успіху виборчої кампанії. Розуміти основні етапи передвиборчої кампанії. Маркетингова та адресна виборчі кампанії. Вміти розрізняти типи виборчих кампаній та їх особливості. Вміти визначати етапи та середовище виборчої кампанії. Вміти визначати критерії успішності виборчої кампанії.</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 3. Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність.	<i>Знати основні принципи побудови виборчої команди: принципи формування та підбір. Вміти застосовувати підходи до формування виборчої команди. Знати джерела формування виборчої команди. Вміти застосовувати критерії оцінювання претендентів у виборчу команду. Правила ефективної роботи виборчої команди. Розумітися на принципах функціонування виборчого штабу. Вміти застосовувати заходи безпеки виборчого штабу.</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 4. Стратегії і тактики виборчої кампанії	<i>Вміти проводити аналіз політичної ситуації у виборчому окрузі. Вміти визначати актуальність інформації про політичні традиції конкретного округу та її роль у розробці політичної стратегії. Вміти досліджувати електоральне поле. Вміти діагностувати стан виборчої спільноти та її налаштованість</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 5. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	<i>Знати матеріальні та нематеріальні ресурси виборчої кампанії. Розумітися на принципах формування виборчого фонду та шляхах його фінансування. Знати нормативно-правове регулювання фінансування виборчих кампаній. Розумітися на джерелах фінансування виборчої кампанії</i>	Питання, реферативні роботи
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Маркетинг виборчої кампанії		

Тема 6. Технології електоральних комунікацій. PR у виборчій кампанії.	<i>Знати класифікацію та характеристику передвиборчих та виборчих технологій. Вміти розрізняти “Чисті” та “брудні” виборчі технології. Офіційні (законні) та неофіційні (незаконні) виборчі технології</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 7. Брендинг та імідж кандидата: технології формування і реалізації.	<i>Знати основні принципи брендингу кандидата, його сутність та формування. Розумітися на партійному брендингу. Визначати ринок кандидатів. Визначати попит на кандидата. Вміти визначати та презентувати особисті якості кандидата (особистісні ресурси) Імідж та його різновиди. Основні принципи формування іміджу</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 8. Розробка виборчої програми кандидата та технології її просування.	<i>Вміти проводити типології політичних ідеологій. Вміти здійснювати позиціонування основних політичних партій щодо ідеології. Знати співвідношення партійної ідеології і партійної програми. Володіти способами вимірювання основних настроїв/очікувань виборців. Вміти проводити диференціацію очікувань виборців відповідно до їх приналежності щодо основних суспільних груп</i>	Питання, реферативні роботи
Тема 9. Передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії.	<i>Розумітися на сутності феномену агітації. Вміти застосовувати методи роботи з виборцями. Володіти засобами політичної комунікації. Визначати місце реклами в структурі агітації. Вміти застосовувати інформаційні технології формування порядку денного в ЗМІ. Володіти методами агітації та засобами їхньої реалізації.</i>	Питання, реферативні роботи

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч.-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.
2. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.
3. Прикладна політологія: навч.посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472с.
4. 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.
5. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с.
6. Віннічук О. В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч.-метод. посіб. / О. В. Віннічук, О. В. Рибщун. - Кам'янець-Подільський : Рута, 2017. - 70 с.
7. 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_

8. 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.

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – іспит

Теми практичних занять	Кількість балів за вид роботи	Разом балів
Тема 1. Вступ. Політичний менеджмент в структурі електоральних технологій.	0 – 5 (опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 2. Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 3. Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування)	0 – 5
Тема 4. Стратегії і тактики виборчої кампанії.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 5. Фінансування виборчої кампанії.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 6. Технології електоральних комунікацій.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 7. Брендинг та імідж кандидата: технології формування і реалізації.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 8. Розробка виборчої програми кандидата та технології її просування.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
Тема 9. Передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії.	0 – 5 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 5
	Всього за практичні заняття	45
	Модульний контроль	30
	<i>Практичне завдання/ Професійний курс, тренінг, професійне стажування, онлайн-курс, громадянська освіта (3 ЄКТС, 90 годин)</i>	25
	Всього	100

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (- 10%). Обов’язкова присутність здобувачів на підсумковому контролі. 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.