

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І.І. МЕЧНИКОВА**

**Кафедра політології**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Проректор  
науково-педагогічної роботи

Майя НІКОЛАЄВА  
*серпня* 2024р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ТЕХНОЛОГІЇ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА  
МАРКЕТИНГУ**

|                               |                                          |
|-------------------------------|------------------------------------------|
| Рівень вищої освіти:          | <u>другий (магістерський) рівень</u>     |
| Галузь знань:                 | <u>05 Соціальні та поведінкові науки</u> |
| Спеціальність:                | <u>052 «Політологія»</u>                 |
| Освітньо-професійна програма: | <u>Політологія</u>                       |

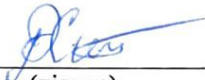
ОНУ  
2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Технології електорального менеджменту та маркетингу» Одеса: ОНУ. 2024. 22 с.

Розробник: **А.В. Кройтор**, кандидат політичних наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри політології  
Протокол № 1 від «30» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри

  
(підпис)

Світлана КОЧ  
(прізвище та ініціали)

Погоджено із гарантом ОПІ Політологія

  
(підпис)

Олег ХОРОШИЛОВ  
(прізвище та ініціали)

Схвалено навчально-методичною комісією (НМК) ФМВПС  
Протокол № 1 від «30» серпня 2024р.

Голова НМК

  
(підпис)

Олег ХОРОШИЛОВ  
(прізвище та ініціали)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри

Протокол №    від «  »    20   р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Світлана КОЧ  
(прізвище та ініціали)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри

Протокол №    від «  »    20    р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

## 1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників                                                                                                                                               | Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти                                                                            | Характеристика навчальної дисципліни      |                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------|
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | денна форма навчання                      | заочна форма навчання |
| Загальна кількість: кредитів – 3<br><br>годин – 90<br><br>залікових модулів - 2<br><br>змістових модулів – 2<br><br>ІНДЗ* – Розробка виборчої кампанії (вид завдання) | Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»<br><br>Спеціальність 052 «Політологія»<br><br>Рівень вищої освіти: другий (магістерський) | Обов'язковий ОК 10                        |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | <b>Рік підготовки:</b>                    |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 1-й                                       | 1-й                   |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | <b>Семестр</b>                            |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 2-й                                       | 2-й                   |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | <b>Лекції</b>                             |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 16 год.                                   | 6 год.                |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | <b>Практичні</b>                          |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 14 год.                                   | 4 год.                |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | <b>Лабораторні</b>                        |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 0 год.                                    | 0 год.                |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | <b>Самостійна робота</b>                  |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 60 год.                                   | 80 год.               |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | у т.ч. ІНДЗ*: - год.                      |                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | Форма підсумкового контролю: <b>іспит</b> |                       |

\* – за наявності

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета навчальної дисципліни** – 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.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів наступних **компетентностей**:

### *Інтегральні компетентності (ІК)*

ІК Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми дослідницького та/або інноваційного характеру у політичній сфері, що характеризуються невизначеністю умов і вимог, із застосуванням фахових досліджень та/або здійснення інновацій.

### *Загальні компетентності (ЗК)*

ЗК01. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

ЗК06. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

### *Спеціальні (фахові) компетентності (СК)*

СК03. Критичне осмислення проблем та принципів функціонування та закономірностей розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, гендерної політики, світової політики та політики окремих країн та регіонів.

СК04. Здатність комплексно аналізувати владу та урядування, політичні системи, інститути та режими, політичні процеси та політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

політики на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.

СК07. Спроможність ефективно виконувати політико-організаційні, експертно-аналітичні та консультаційні функції на національному та міжнародному рівні.

*Очікувані програмні результати навчання (РН):*

ПРН 02. Застосовувати спеціалізовані концептуальні знання з політології, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань.

ПРН 04. Приймати ефективні рішення з питань політики, політичних наук і дотичних проблем, у тому числі у складних і непередбачуваних умовах; прогнозувати розвиток політичних процесів; визначати фактори, що впливають на них і на досягнення поставлених цілей; аналізувати і порівнювати альтернативи; оцінювати ризики та імовірні наслідки політичних рішень.

ПРН 05. Планувати, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт відповідно до встановлених вимог.

ПРН 07. Здійснювати управління складною діяльністю у сфері політики, політології та у ширших контекстах, розробляти плани і заходи з їх реалізації, забезпечувати якість освіти, оцінювати ефективність і результативність діяльності.

ПРН 08. Розробляти і реалізовувати наукові та прикладні проєкти у сфері політології та з дотичних до неї міждисциплінарних напрямів з урахуванням методологічних, економічних, соціальних, правових та етичних аспектів.

ПРН 09. Здійснювати ефективний супровід політичної комунікації органів державної влади, місцевого самоврядування, структур громадянського суспільства на локальному, регіональному та загальнонаціональному рівнях.

ПРН 10. Застосовувати спеціалізовані теоретичні знання та практичні навички електорального менеджменту та маркетингу, лобіювання та адвокації в політичних процесах

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Технології електорального менеджменту та маркетингу» 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.

*Практична складова:* розробити виборчу кампанію кандидата враховуючи особливості електоральної карти приморського району м. Одеси.

### **3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### ***Змістовий модуль I. Менеджмент виборчої кампанії***

#### **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

#### **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.

#### **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-секретар. Юрисконсульт виборчого штабу. Скарбник. Керівник аналітичної групи. Керівник добровольців (волонтерів). Керівник агітаторів (агітаційної команди). Керівник спеціальних проектів. 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 (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.

## **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. Фондрайзинг. Фактори успіху виборчої кампанії. Установка кампанії (коефіцієнт перемоги). Бюджет виборчої кампанії та його формування. Проблеми фінансування виборчої кампанії.

## *Модуль II. Маркетинг виборчої кампанії*

## **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.

## **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 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 передвиборної програми. Розробка меседжу і слогану. Технології і засоби поширення програмових засад кандидата.

## **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.

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| Назви тем                                                                               | Кількість годин |              |     |     |    |              |              |     |     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|-----|-----|----|--------------|--------------|-----|-----|----|
|                                                                                         | Денна форма     |              |     |     |    | Заочна форма |              |     |     |    |
|                                                                                         | Усього          | у тому числі |     |     |    | Усього       | у тому числі |     |     |    |
|                                                                                         |                 | Л            | п/с | лаб | Ср |              | Л            | п/с | лаб | Ср |
| 1                                                                                       | 2               | 3            | 4   | 5   | 6  | 7            | 8            | 9   | 10  | 11 |
| <b>Змістовий модуль I. Менеджмент виборчої кампанії</b>                                 |                 |              |     |     |    |              |              |     |     |    |
| Тема 1. Вступ. Політичний менеджмент та маркетинг в структурі електоральних технологій. | 9               | 1            | 1   |     | 7  | 8            | 0            | 0   |     | 8  |
| Тема 2. Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.                                        | 9               | 1            | 1   |     | 7  | 10           | 1            | 0   |     | 9  |
| Тема 3. Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність.                 | 11              | 2            | 2   |     | 7  | 11           | 1            | 1   |     | 9  |
| Тема 4. Стратегії і тактики виборчої кампанії                                           | 10              | 2            | 2   |     | 6  | 11           | 1            | 1   |     | 9  |
| Тема 5. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.                                    | 10              | 2            | 2   |     | 6  | 9            | 0            | 0   |     | 9  |
| Разом за змістовим модулем 1                                                            | 49              | 8            | 8   |     | 33 | 49           | 3            | 2   |     | 44 |
| <b>Змістовний модуль II: Маркетинг виборчої кампанії</b>                                |                 |              |     |     |    |              |              |     |     |    |
| Тема 6. Технології електоральних комунікацій. PR у виборчій кампанії.                   | 10              | 2            | 1   |     | 7  | 11           | 1            | 1   |     | 9  |
| Тема 7. Брендинг та імідж кандидата: технології формування і реалізації.                | 10              | 2            | 1   |     | 7  | 11           | 1            | 1   |     | 9  |
| Тема 8. Розробка                                                                        | 11              | 2            | 2   |     | 7  | 9            | 0            | 0   |     | 9  |

|                                                              |           |           |           |  |           |    |          |          |  |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|--|-----------|----|----------|----------|--|-----------|
| виборчої програми кандидата та технології її просування.     |           |           |           |  |           |    |          |          |  |           |
| Тема 9. Передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії. | 10        | 2         | 2         |  | 6         | 10 | 1        | 0        |  | 9         |
| Разом за змістовим модулем 2                                 | 41        | 8         | 6         |  | 27        | 41 | 3        | 2        |  | 36        |
| ІНДЗ*                                                        |           |           |           |  |           |    |          |          |  |           |
| <b>Усього годин</b>                                          | <b>90</b> | <b>16</b> | <b>14</b> |  | <b>60</b> |    | <b>6</b> | <b>4</b> |  | <b>80</b> |

\* – за наявності

## 5. Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Кількість Годин |        |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|
|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | денна           | заочна |
| 1     | <b>Тема 1. Вступ. Політичний менеджмент в структурі електоральних технологій.</b><br>Сутність виборів та їх основні функції 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. Інформаційне забезпечення політичного менеджменту. Схема побудови інформаційно-дослідної служби політичної кампанії (урядової команди).                                                                                                                               | 1               | 0      |
| 2.    | <b>Тема 2. Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.</b><br>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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1               | 0      |
| 3.    | <b>Тема 3. Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність.</b><br>Електоральний (виборчий) менеджмент. Виборча команда: принципи формування та підбір. Підходи до формування виборчої команди. 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.                                                                                                                                                           | 2               | 1      |
| 4.    | <b>Тема 4. Стратегії і тактики виборчої кампанії.</b><br>Аналіз політичної ситуації у виборчому окрузі. Електоральне поле. Виборча спільнота та її налаштованість. Цільова група виборців. “Хиткі виборці”. Адресна виборча кампанія. 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. План-графік виборчої кампанії. Рекламна кампанія та рекламна | 2               | 1      |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |   |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|
|        | стратегія. Графік розміщення реклами. Медіа-план виборчої кампанії.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |   |
| 5.     | <b>Тема 5. Фінансування виборчої кампанії.</b><br>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. Установка кампанії (коефіцієнт перемоги). Бюджет виборчої кампанії та його формування. Проблеми фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.                                                                                                        | 2  | 0 |
| 6.     | <b>Тема 6. Технології електоральних комунікацій.</b><br>PR у виборчій кампанії. Класифікація та характеристика передвиборчих та виборчих технологій. Офіційні (законні) та неофіційні (незаконні) виборчі технології. Базові та диференційні виборчі технології. 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. | 1  | 1 |
| 7.     | <b>Тема 7. Брендинг та імідж кандидата: технології формування і реалізації.</b><br>Брендинг кандидата: сутність та формування. Партійний брендинг. Ринок кандидатів. Попит на кандидата. Основні принципи формування іміджу. Оптимізація іміджу. Образ кандидата. Типаж кандидата. Символ. Міф. Іміджеві легенда. Імідж політичного лідера та політичної партії. Вимоги до візуальних та текстових інтерв'ю. "Зона Уейта". Іміджеві стратегії. Технології "розкрутки" міфу та ідеї. Реагентність партії.                                                                          | 1  | 1 |
| 8.     | <b>Тема 8. Розробка виборчої програми кандидата та технології її просування.</b><br>Позиціонування основних політичних партій щодо ідеології. Співвідношення партійної ідеології і партійної програми. Способи вимірювання основних настроїв/очікувань виборців. 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                                      | 2  | 0 |
| 9      | <b>Тема 9. Передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії. Поняття агітації.</b><br>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.                                                                                                                                                     | 2  | 0 |
| ВСЬОГО |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 14 | 4 |

**6. Теми семінарських занять**  
(не передбачено)

**7. Теми лабораторних занять.**  
(не передбачено)

## 8. Самостійна робота.

| № з/п | Назва теми                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Кількість годин (д.в.) | Кількість годин (з.в.) |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|
| 1     | <p><b>Тема 1. Вступ. Політичний менеджмент в структурі електоральних технологій.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Охарактеризуйте види виборчих систем та їх вплив на електоральні технології.</p> <p>Проаналізуйте територіальну організацію системи виборчих комісій відповідно до діючої виборчої системи України.</p> <p>Запропонуйте власну схему побудови інформаційно-дослідної служби виборчої кампанії на виборах міського голови м. Одеси.</p> | 7                      | 8                      |
| 2     | <p><b>Тема 2. Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Проаналізуйте виборчу кампанію кандидатів у Президенти України, міського голови м. Одеси та визначте чинники успіху виборчої кампанії В. Зеленського, Г. Труханова. Визначте недоліки виборчих кампаній їх опонентів.</p>                                                                                                                                        | 7                      | 9                      |
| 3     | <p><b>Тема 3. Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Сформулюйте виборчу команду для кандидата на посаду голови Одеської міської ради. Визначте різницю між виборчими штабами кандидата в депутати місцевого рівня, регіонального та до Верховної Ради України.</p>                                                                                                                            | 7                      | 9                      |
| 4     | <p><b>Тема 4. Стратегії і тактики виборчої кампанії.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Здійсніть аналіз електорального поля 134, 135, 136, 137 виборчих округів. Запропонуйте план-графік виборчої кампанії та її медіа-план в межах цих округів.</p>                                                                                                                                                                                                     | 6                      | 9                      |
| 5     | <p><b>Тема 5. Фінансування виборчої кампанії.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Розрахуйте бюджет виборчої кампанії для умовного кандидата в депутати міської ради м. Одеси в межах 136 виборчого округу. Проаналізуйте сутність фандрайзинг та запропонуйте способи залучення коштів до виборчого фонду кандидата.</p>                                                                                                                                   | 6                      | 9                      |
| 6     | <p><b>Тема 6. Технології електоральних комунікацій.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Проаналізуйте основні виборчі технології PR у виборчій кампанії та запропонуйте ті що, на вашу думку, є найбільш доцільними, з погляду раціональності використання ресурсів та їх ефективності в сучасних умовах.</p>                                                                                                                                               | 7                      | 9                      |
| 7     | <p><b>Тема 7. Брендинг та імідж кандидата: технології формування і реалізації.</b></p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Розробіть іміджеву стратегію для кандидата в депутати одеської міської ради в межах обраного вами округу.</p>                                                                                                                                                                                                                            | 7                      | 9                      |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |    |    |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 8.     | <p>Тема 8. Розробка виборчої програми кандидата та технології її просування.</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Розробіть Виборчу програму кандидата в депутати на підставі аналізу електорального поля одного із виборчих округів м.Одеси. Запропонуйте найбільш вдалі, на вашу думку, технології просування розробленої програми.</p> | 7  | 9  |
| 9      | <p>Тема 9. Передвиборча агітація в структурі виборчої кампанії. Поняття агітації.</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ:</p> <p>Проаналізувавши технології рекламування та комунікації з виборцями запропонуйте найбільш ефективні та раціональні методи агітації в сучасних умовах.</p>                                                           | 6  | 9  |
| ВСЬОГО |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 60 | 80 |

До самостійної роботи відноситься: [1] – підготовка до лекцій, практичних занять; [2] – написання рефератів/презентацій, есе; [3] — підготовка до дискусій та колоквіумів.

## 9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні навчальної дисципліни «Вступ до фаху «Політологія»» застосовуються словесний, наочний, практичний методи навчання: читання лекцій, опрацювання текстів основних робіт дослідників, роботу з навчальною та спеціальною літературою, індивідуальні консультації.

*Словесні та наочні методи навчання* (лекційні заняття; опитування; консультування; доповіді та мультимедійні презентації);

*Практичні* (тестові вправи; опрацювання матеріалу шляхом підготовки презентації);

*Колективне та індивідуальне опрацювання завдань* (колективне обговорення, виконання та презентація ІНДЗ, обговорення проблемних питань та результатів самостійної роботи).

Для розв'язання учбово-професійних завдань навчальної дисципліни застосовано комплексний підхід до діяльності у процесі навчання. Використовуються класичні дидактичні методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція-пояснення, бесіда, контроль, самоконтроль, взаємоконтроль і т.п.)

*Основні форми (методи)* проведення занять – це різні типи лекцій, а також практичні заняття – теоретичне обговорення питань, дискусія, конференція, співбесіда, реферативна форма, презентація, інтерактивний онлайн дискурс.

## 10. ФОРМИ КОНТРОЛЮ

Засоби діагностики якості освіти включають в себе поточний, періодичний та підсумковий контроль.

**Поточний контроль:** усний контроль: індивідуальне і фронтальне опитування, захист рефератів/презентацій, доповідь; письмовий контроль: оцінювання якості виконання самостійної роботи за темами;

**Періодичний контроль:** тестовий контроль: оцінювання контрольних робіт за змістовими модулями (можливо тестування, контрольне опитування).

**Підсумковий контроль:** залік

*Критерії оцінювання результатів навчання:*

|                                                                               |      |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Опитування на занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань      | 0    | Здобувач не бере участь у практичному занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і джерел.                                                           |
|                                                                               | 1-4  | Здобувач іноді бере участь в практичному занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел.            |
|                                                                               | 5-10 | Здобувач бере активну участь у практичному занятті, в обговоренні проблемних питань, користується додатковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; здатний публічно представити матеріал. |
| Виконання рефератів за однією із запропонованих тем; доповідь та демонстрація | 0    | Не зараховуються реферати (довіді) та презентації, які виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет.                                                                                                                                                         |
|                                                                               | 3    | Доповідь та презентація самостійними, але не опрацьована актуальність, теоретичний аналіз дано описово, змістовний матеріал є формальним, висновки не конкретизовані (відсутні), тема не розкрита.                                                                      |
|                                                                               | 4-5  | Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає                                                                                                                                                                                                      |

|                   |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| презентації       |      | вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, усно здобувач пояснює матеріал невпевнено, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані загальні висновки, тема загалом розкрита із незначними прогалинами.                                                                                                                                                                       |
|                   | 6-8  | Доповідь та презентація виконані самостійно, опрацьована актуальність теми із зазначенням невирішених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний, здобувач без допомоги викладача пояснює матеріал, самостійні висновки, тема загалом розкрита, інформація у презентації подана із використанням самостійно розроблених схем, містить посилання на джерела, хоча здобувач іноді недостатньо вміло в усній формі може сформулювати деякі положення доповіді. |
|                   | 9-10 | Доповідь та презентація виконані самостійно, актуальність розкрита із зазначенням невирішених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза, теоретичний аналіз ґрунтовний, здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; у висновку – самостійні ґрунтовні судження, підкріплені доказами, містить посилання на джерела.                                                          |
| Контрольна робота | 0    | Відповіді неправильні (у тестових роботах)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                   | 0-10 | Контрольна робота (опитування) за кожним змістовним модулем.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |



## 11. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Сутність виборів та їх основні функції в політичній системі.
2. Вибори як механізм ротації політичної еліти та відбору вимог в політичній системі.
3. Види виборчих систем та їх вплив на електоральні технології.
4. Територіальна організація системи виборчих комісій відповідно до діючої виборчої системи.
5. Види політичного менеджменту: менеджмент виборчої кампанії; менеджмент правлячої (урядової команди). Спільне та відмінне.
6. Інформаційне забезпечення політичного менеджменту.
7. Схема побудови інформаційно-дослідної служби політичної кампанії (урядової команди).
8. Адміністративний і маркетинговий менеджмент
9. **Виборча кампанія: сутність, етапи, типи.**
10. Чинники успіху виборчої кампанії. Передвиборча кампанія.
11. Типи виборчих кампанії та їх особливості.
12. Етапи та середовище виборчої кампанії.
13. Критерії успішності виборчої кампанії.
14. **Виборчий штаб: особливості формування, структура та діяльність.**
15. Електоральний (виборчий) менеджмент.
16. Виборча команда: принципи формування та підбір.
17. Підходи до формування виборчої команди.
18. Критерії оцінювання претендентів у виборчу команду.
19. Завдання виборчого штабу. «Білий штаб» та «Сірий штаб» виборчої кампанії.
20. «Кухонний кабінет» - головний штаб виборчої кампанії.
21. Структура виборчого штабу.
22. Електоральний лідер. Довірена особа кандидата.
23. Виборчі комітети. Комітети політичних дій.
24. Участь недержавних організацій (НДО) у виборах.
25. Електоральне поле. Виборча спільнота та її налаштованість.
26. Цільова група виборців. “Хиткі виборці”.
27. Загальні вимоги до стратегії виборчої кампанії.
28. Принципи побудови текстового (тезисного) варіанта виборчої програми.
29. Базові елементи виборчої програми.
30. Іміджеві елементи стратегії.
31. Організаційно-політичні елементи стратегії.
32. Спеціальні елементи стратегії.

- 33.Планування виборчої кампанії.
- 34.Зовнішнє середовище виборчої кампанії. План-графік виборчої кампанії.
- 35.Рекламна кампанія та рекламна стратегія. Графік розміщення реклами.
- 36.Медіа-план виборчої кампанії.
- 37.Матеріальні та нематеріальні ресурси виборчої кампанії.
- 38.Виборчий фонд та шляхи його фінансування.
- 39.Нормативно-правове регулювання фінансування виборчих кампаній.
- 40.Джерела фінансування виборчої кампанії
- 41.Адекватність ресурсів поставленим цілям. Базові та похідні ресурси.
- 42.Фандрейзинг у виборчій кампанії.
- 43.Фактори успіху виборчої кампанії. Установка кампанії (коефіцієнт перемоги).
- 44.Бюджет виборчої кампанії та його формування. Проблеми фінансування виборчої кампанії.
- 45.Класифікація та характеристика передвиборчих та виборчих технологій.
- 46.“Чисті” та “брудні” виборчі технології. Офіційні (законні) та неофіційні (незаконні) виборчі технології.
- 47.Базові та диференційні виборчі технології.
- 48.“Білий”, “чорний”, “сірий”, “жовтий”, “червоний” PR.
- 49.Адміністративний ресурс.
- 50.Спеціальні форми та методи впливу на електорат.
- 51.Психотехнології у електоральних кампаніях.
- 52.Поведінка кандидата в умовах компрометуючого впливу. Правила оборони у виборчих кампаніях.
- 53.Спін-технології. Технологія спін-докторингу.
- 54.Брендинг кандидата: сутність та формування.
- 55.Партійний брендинг. Ринок кандидатів. Попит на кандидата.
- 56.Імідж та його різновиди. Основні принципи формування іміджу.
- 57.Оптимізація іміджу. Образ кандидата. Типаж кандидата.
- 58.Символ, міф, іміджеві легенда як складова брендингу кандидата.
- 59.Імідж політичного лідера та політичної партії.
- 60.Вимоги до візуальних та текстових інтерв'ю.
- 61.“Зона Уейта”. Іміджеві стратегії. Технології “розкрутки” міфу та ідеї.
- 62.Формування позитивного іміджу лідера чи партії (блоку).
- 63.Реагентність партії.
- 64.Позиціонування основних політичних партій щодо ідеології.
- 65.Співвідношення партійної ідеології і партійної програми.
- 66.Орієнтація на актуальні настрої виборців і програмні завдання політичних акторів.

- 67.«Ключове повідомлення». Основні вимоги до ключового повідомлення.
- 68.Структура передвиборної програми. Розробка меседжу і слогану.
- 69.Технології і засоби поширення програмових засад кандидата.
- 70.Поняття агітації. Методи роботи з виборцями.
- 71.Реклама в структурі агітації.
- 72.Інформаційні технології формування порядку денного в ЗМІ. Методи агітації та засоби реалізації.
- 73.Пропаганда та маніпуляція в структурі агітаційної кампанії.
74. Інтернет як ефективний спосіб просування агітації.
- 75.Моделі політичної комунікації.

## 12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

| Поточний та періодичний контроль |    |    |    |    |                      |                      |    |    |    |                      | Практичне завдання | Підсумковий контроль | Сума балів |
|----------------------------------|----|----|----|----|----------------------|----------------------|----|----|----|----------------------|--------------------|----------------------|------------|
| Змістовий модуль №1              |    |    |    |    |                      | Змістовий модуль № 2 |    |    |    |                      |                    |                      |            |
| T1                               | T2 | T3 | T4 | T5 | Модульний контроль 1 | T6                   | T7 | T8 | T9 | Модульний контроль 2 |                    |                      |            |
| 5                                | 5  | 5  | 5  | 5  | 15                   | 5                    | 5  | 5  | 5  | 15                   | 25                 | іспит                | 100        |

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою                              |                                                                |
|----------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|                                              |             | для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики         | для заліку                                                     |
| 90 – 100                                     | A           | відмінно                                                   | зараховано                                                     |
| 85-89                                        | B           | добре                                                      |                                                                |
| 75-84                                        | C           |                                                            |                                                                |
| 70-74                                        | D           | задовільно                                                 |                                                                |
| 60-69                                        | E           |                                                            |                                                                |
| 35-59                                        | FX          | незадовільно з можливістю повторного складання             | не зараховано з<br>можливістю повторного складання             |
| 0-34                                         | F           | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з<br>обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

### 13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.

Кройтор А.В. Робоча програма курсу «Технології електорального менеджменту та маркетингу» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 052 «Політологія».

Кройтор А.В. Силабус курсу «Технології електорального менеджменту та маркетингу» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 052 «Політологія».

Перемога на 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.

Кройтор А.В. Інноваційні політичні технології: навчально-методичний посібник. – Одеса: Фенікс, 2019. (Сер. «Навчально-методичний посібник»).

### 14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

#### Основна

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\\_](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.

#### Додаткова:

1. Камуз А. Аналіз особливостей менеджменту виборчої кампанії в сучасних реаліях. - Державне будівництво. – № 1/2016

2. Королько В. Г. Основи паблікрилейшнз: підручник для студентів вузів / В. Г. Корольков; С. Удовик. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 528 с.

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.

4. 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.

5. 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.

6. 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. Kutsepal, O. M. Yeremenko, etc. – Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2020. – Р. 1-29.

7. 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.

9. 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>

8. Почепцов Г. Г. Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998.

9. Полторак В. А. Політичний маркетинг. – Дніпропетровськ, 2001.

10. 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.

10. 10 секретів політичних кампаній / Д. Богуш - Міжнародний республіканський інститут, 2017 <https://www.iri.org.ua/navchalni-resursy/10-sekretiv-politichnih-kampanii>

## 15. ЕЛЕКТРОННІ ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Наукова бібліотека Одеського національного університету ім.І.І. Мечникова. Офіційний сайт <http://lib.onu.edu.ua/>

2. Національна парламентська бібліотека. Офіційний сайт. <http://www.nplu.org/>

3. Виборчий кодекс України. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text> (дата звернення: 20.10.2024).

4. Civic Organization "Committee of voters of Ukraine". Головна - Комітет виборців України. URL: <http://cvu.org.ua/> (date of access: 20.10.2024).

5. Центр Разумкова. [razumkov.org.ua](http://razumkov.org.ua). URL: <https://razumkov.org.ua/> (дата звернення: 20.10.2024).

6. . Freedom in the World. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world>

7. Polity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: <http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm>

8. Nations in Transit. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transi>

9. Varieties of democracy. URL: <https://v-dem.net/>