

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК
КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ І ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	28 Публічне управління та адміністрування
спеціальність	281 Публічне управління та адміністрування
освітня програма	Публічне управління та адміністрування



Ужгород 2020

УДК 324+342.8 (477)

Г 51

Гиря В.І. Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній: навчально-методичні рекомендації (для студентів спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування). Навчально-методична серія «КАФЕДРА»; [Ужгород. нац. ун-т; ф-т суп. наук; Кафедра політології і державного управління). Ужгород, 2020. 28 с.

Розробник:

Гиря Володимир Іванович, кандидат історичних наук, доцент кафедри політології та державного управління,.

Рецензенти:

Климончук Василь Йосипович, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Шелемба Михайло Михайлович, кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародних студій та суспільних комунікацій Ужгородського національного університету

Навчально-методичні рекомендації до курсу «Адміністративне право в Україні» затверджені на засіданні кафедри політології і державного управління факультету суспільних наук, протокол, №9 від 30 червня 2020 року.

Затверджено Вченою радою факультету суспільних наук ДВНЗ «Ужгородський національний університет», протокол № 1, від 26 серпня 2020 р.

© Володимир Гиря, 2020

© Навчально-методична серія «Кафедра», 2020

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
3. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	7
4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	11
5. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	14
6. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	17
7. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ.....	19
8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ ТА КУРСОВИХ РОБІТ	20
9. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	21
10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	23

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	3	3
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи – 6	6	6
	Лекції:	
	36	16
	Практичні (семінарські):	
	24	-
Вид підсумкового контролю: іспит	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: письмовий підсумковий контроль	Самостійна робота:	
	60	104

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «*Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній*» є ознайомлення студентів з різноманітними підходами до вивчення понять “виборча система”, “виборча кампанія”, “виборчий процес”, “виборчі технології”; навчити їх характеризувати основні типи виборчих систем (мажоритарна, пропорційна, змішана); вміти визначати критерії оцінки виборчого процесу; здійснювати менеджмент та маркетинг виборчих кампаній. Вагоме місце в курсі відводиться вивченню проблеми становлення виборчої системи в Україні.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- сутність ознак основних виборчих систем;
- основні етапи виборчого процесу;
- значення виборів для функціонування демократичного суспільства;
- особливості становлення виборчої системи в Україні;
- Закони України про організацію та проведення виборів;
- основні функції політичного менеджменту;
- сутність та види виборчих технологій;

вміти:

- оцінювати значення та переваги тієї чи іншої виборчої системи для функціонування демократичного суспільства;
- орієнтуватися у виборчому процесі;
- застосовувати отримані теоретичні знання на практиці при організації та проведенні виборів;
- користуватися правами учасників виборчого процесу;
- розробляти стратегію і тактику виборчої кампанії;
- проводити передвиборчу агітацію;
- застосовувати на практиці Закони України про організацію та проведення виборів;

володіти навичками:

- інституційного аналізу основних категорій виборчого права;
- аналізу Конституції та законів України, регламентуючих виборче право та процедуру; підготовки та проведення виборчої к

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

1) загальних компетентностей:

- здатність вчитися, самонавчатися та оволодівати сучасними знаннями (ЗК-1);
- здатність бути критичним і самокритичним (ЗК-4);
- здатність працювати в команді та брати на себе відповідальність за виконання поставлених завдань (ЗК-5);
- здатність до адаптації та дій в новій ситуації, генерування нових творчих ідей (ЗК-6);
- здатність виявляти, оцінювати та вирішувати проблеми, враховуючи фактор ризику (ЗК-8);
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК-9);
- здатність до ефективної міжособистісної взаємодії з представниками різних верств населення (ЗК-12);

2) фахових компетентностей:

- здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки (ФК-3);
- здатність розробляти тактичні та оперативні плани управлінської діяльності (ФК-7);
- здатність впроваджувати інноваційні технології (ФК-9);
- здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування (ФК-11);
- здатність розробляти механізми протистояння соціальним ризикам, упереджувати виникнення конфліктних ситуацій у поліетнічному середовищі (ФК-15).

Крім того, вивчення вказаної обов'язкової навчальної дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти у подальшому ефективно використовувати свої знання у виборчому процесі, приймати участь в організації та проведенні виборів, працювати у виборчих комісіях, вносити пропозиції по вдосконаленню виборчого законодавства України.

3. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- залік
- письмове тестування;
- аналітичне есе;
- аналітичний реферат;
- презентація результатів виконаної індивідуальної роботи студента.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: виступ на семінарських заняттях, написання аналітичного есе, письмове тестування з теми.

Форма модульного контролю: письмова контрольна робота.

Форма підсумкового семестрового контролю: іспит.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	50	100
6	6 + 10	6	6	6 + 10		

T1, T2... - теми

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота					Модульна контрольна робота	Сума
T6	T7	T8	T9	T10	50	100
6	6	6	6 + 20	6		

T1, T2... - теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	5	30	5	30
Письмове тестування при тематичному оцінюванні	1	10		
Есе	1	10		
Реферат (аналітичне завдання)			1	20
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи.

Мінімальний поріг для допуску до модульної контрольної роботи становить 10 балів. Модульна контрольна робота складається з трьох запитань описово-аналітичного характеру.

Перше запитання покликане оцінити знання з тематичної проблематики відповідного модулю, яка надавалася на лекціях і обговорювалася на семінарських заняттях. Залежно від обсягу, послідовності викладу і орієнтуванні у тематичному матеріалі, перше запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 10 балів.

Друге запитання має на меті оцінити розуміння основних принципів складання документів, показати практичні знання в галузі документознавства. Залежно від послідовності викладу і орієнтуванні у тематичному матеріалі, друге запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 15 балів.

Третє питання модульної контрольної роботи має творчо-аналітичний характер. Залежно від обґрунтованості аргументів і суб'єктивних висновків студента з визначеної проблематики, третє запитання модульної контрольної роботи максимально може бути оцінене у 25 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю.

Відповідно до «*Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсових) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті*» (затверджено Наказом Ректора ДВНЗ «УжНУ» № 698/01-17 від 08.05.2015 р.), знання студентів оцінюється як з теоретичної, так і з практичної підготовки за такими критеріями:

оцінку «відмінно» (90-100 балів, А) заслуговує студент, який:

- всебічно і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв основну і ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою;
- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;
- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;
- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

оцінку «добре» (82-89 балів, В) – заслуговує студент, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;
- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;
- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправив, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу;

оцінку «добре» (74-81 бал, С) заслуговує студент, який:

- в цілому навчальну програму засвоїв, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;
- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;
- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою;

оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – заслуговує студент, який:

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;
- виконує завдання непогано, але зі значною кількістю помилок;

- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;
- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – заслуговує студент, який:

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється студенту, який:

виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

оцінка «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється студенту заочної форми навчання, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;
- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;
- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи студента протягом семестру.

Таблиця відповідності оцінок за різними шкалами

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		диференційована	недиференційована
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1.

Виборча кампанія та її ресурси. Виборчий маркетинг

Тема 1. Виборча кампанія: її суть, типи та етапи

Виборча кампанія. Цілі, завдання та чинники виборчої кампанії. Моделі та типи виборчої кампанії. Етапи виборчої кампанії. Чинники успіху виборчої кампанії. Підготовка до виборів. Передвиборча кампанія. Виборчий ринок. Маркетингова виборча кампанія. Адресна виборча кампанія.

Тема 2. Основні виборчі системи сучасності

Поняття "виборча система". Основні види виборчих систем: мажоритарна, пропорційна, змішана, куріальна виборчі системи.

Сутність мажоритарної виборчої системи. Одномандатні, багатомандатні й преференційні мажоритарні системи. Мажоритарні системи абсолютної і відносної більшості. Основні переваги та вади мажоритарної виборчої системи.

Сутність пропорційних виборчих систем. Партийність виборів. Різновиди партійних списків. Специфіка виборчих округів. Виборча квота. Особливості розрахунку місць та залишків голосів. Формули розрахунку (Хера, Хагонбаха-Бішофа, Імперіалі та ін.). Електоральний поріг. Позитивні і негативні сторони пропорційної виборчої системи).

Змішані виборчі системи як специфічна комбінація елементів пропорційної та мажоритарної систем.

Куріальні виборчі системи і проблема забезпечення представництва в парламенті нечисленним етнічним та ін. соціальним групам.

Тема 3. Ресурси виборчої кампанії.

Політичні та електоральні ресурси. Ресурси та потенціал партії. Базові електоральні (виборчі) ресурси. "Ціна кандидата". Похідні ресурси. Адмінресурс і його значення у виборчій кампанії. Адекватність ресурсів. Управління можливостями.

Тема 4. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.

Фінанси та вибори. Джерела фінансування виборчих кампаній. Фандрайзинг. Виборчий фонд та виборча (грошова) застава. Декларація про майно та доходи кандидатів. "Брудні гроші" та вибори. Патронаж. "Система трофеїв".

Тема 5. Стратегія та тактика виборчої кампанії.

Базові засади стратегічного планування. Розробка стратегії партії. Рівень аспірації (прагнень) партій. Стили політичної конкуренції. Політичний та електоральний (виборчий) маркетинг. Стратегія виборчої кампанії. Типи та моделі виборчих стратегій. Стратегіми. Тактика виборчої кампанії. Планування виборчої кампанії.

МОДУЛЬ 2

Виборчий менеджмент та виборчі технології.

Тема 6. Виборча команда та виборчий штаб

Політичний та електоральний менеджмент. Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.

Виборчий штаб: завдання та основи формування. "Білий" та "сірий" виборчий штаб. "Кухонний кабінет". Структура виборчого штабу.

Інформаційне забезпечення виборчого процесу. Публічна інформація. Картування округу. Соціологічне забезпечення виборчої кампанії: види, функції соціологічних досліджень на виборах. Роль юридичного сектору виборчого штабу. Аналітичні структури в штабах робота з групами експертів, засоби масової інформації.

Тема 7 Політичний менеджмент

Поняття "політичний менеджмент". Основні функції політичного менеджменту. Види політичного менеджменту.

Менеджмент виборчої кампанії. Формування команди. Структура команди: зарубіжний і український електоральний досвід. Утворення групи підтримки кандидата.

Оцінка політичної ситуації та вибір виборчого округу. Історичні та географічні особливості округу, соціально-демографічний портрет округу, соціально-економічна структура округу, транспортна мережа, типологія електорату тощо.

Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії. Елементи стратегії виборчої кампанії:

а) декларація причетності до певного передвиборчого блоку, політичної партії;

б) створення міжособистісного контрасту кандидатів;

в) Формування позитивного іміджу кандидата: г) створення негативного іміджу конкурента тощо.

Програма кандидата та її структура. Основні вимоги до програми.

Організація і проведення передвиборчої агітації. Реалізація тактичних аспектів виборчої кампанії.

Тема 8 . Виборчі технології: теорія та практика їх застосування

Сутність виборчої технології. Види виборчих технологій. Політичний та електоральний менеджмент. Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.

Виборчий штаб: завдання та основи формування. Структура виборчого штабу. «Кухонний кабінет».

Вибовчі технології та виборче мистецтво. Різновиди виборчих технологій. «Білий» і «чорний» PR. Деструктивні та гуманітарні технології. Психотехнології. Базові та диференційні виборчі технології. Соціологічне опитування як виборча технологія.

Тема 9. Соціологічні виборчі технології

Соціологічні дослідження в виборчому процесі: політичний, методологічний, методичний аспекти. Види соціологічних досліджень, які використовуються в процесі виборчої кампанії: базові, прогностні, пропагандистські, пост виборчі.

Основні напрямки базових соціологічних досліджень, їх сутність та характерні ознаки. Соціологічні дослідження передвиборчої соціально-політичної ситуації в країні. Соціологічні дослідження іміджу кандидатів та їх суперників. Соціологічні дослідження соціальної структури округу. Соціологічні дослідження типології електорату та електоральної поведінки.

Основні напрями пост виборчих соціологічних досліджень. Технологія створення історії виборів. Технологія розробки портрета виборчого округу. Утворення електоральної бази даних по округу. Розробка електоральної карти округу.

Основні напрямки пропагандистських соціологічних досліджень. Технологія коректної дискредитації конкурента.

Тема 10 . Поняття, функції та види інформаційних технологій

Поняття інформаційних технологій, властивості та основні вимоги до них. Етапи розвитку. Види сучасних ІТ: опрацювання даних, керування, підтримка прийняття рішень, експертні системи. Основні завдання.

Класифікація інформаційних технологій. Інструментарій. Поняття інформаційного продукту. Використання сучасних ІТ. Концепція запровадження ІТ в законодавчих органах влади.

Економічний та соціальний аспекти використання ІТ. Властивості та вимоги.

5. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	Лаб	інд	с.р.		Л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 <i>Виборча кампанія та її ресурси. Виборчий маркетинг</i>												
ТЕМА 1. Виборча кампанія: її суть, типи та етапи	12	4	2			6						10
ТЕМА 2. Основні виборчі системи сучасності	12	4	2			6	2					12
ТЕМА 3. Ресурси виборчої кампанії.	10	2	2			6	2					10
ТЕМА 4. Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	12	4	2			6	2					10
ТЕМА 5. Стратегія та тактика виборчої кампанії.	12	4	2			6	2					10
Модульна контрольна робота	2		2									
<i>Всього за I модуль</i>	60	18	12			30	8					52

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОСНОВНІ ВИДИ ТА ТИПИ ДОКУМЕНТІВ. ДОКУМЕНТООБІГ											
ТЕМА 6. Виборча команда та виборчий штаб	12	4	2			6	2				10
ТЕМА 7. Політичний менеджмент	12	4	2			6	2				10
ТЕМА 8. Виборчі технології: теорія та практика їх застосування	10	2	2			6	2				12
ТЕМА 9. Соціологічні виборчі технології	12	4	2			6					10
ТЕМА 10. Поняття, функції та види інформаційних технологій	12	4	2			6	2				10
Модульна контрольна робота	2		2								
Всього за II модуль	60	18	12			30	8				52
Разом	120	36	24			60	16				104

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Виборча кампанія: її суть, типи та етапи	2	-
2	Основні виборчі системи сучасності	2	-
3	Ресурси виборчої кампанії.	2	-
4	Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	2	-
5	Стратегія та тактика виборчої кампанії.	2	-
6	Виборча команда та виборчий штаб	2	-
7	Політичний менеджмент	2	-
8	Виборчі технології: теорія та практика їх застосування	2	-
9	Соціологічні виборчі технології	2	-
10	Поняття, функції та види інформаційних технологій	2	-
	Модульні контрольні роботи	4	-
	Разом	24	-

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Виборча кампанія: її суть, типи та етапи	6	10
2	Основні виборчі системи сучасності	6	12
3	Ресурси виборчої кампанії.	6	10
4	Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.	6	10
5	Стратегія та тактика виборчої кампанії.	6	10
6	Виборча команда та виборчий штаб	6	10
7	Політичний менеджмент	6	10
8	Виборчі технології: теорія та практика їх застосування	6	12
9	Соціологічні виборчі технології	6	10
10	Поняття, функції та види інформаційних технологій	6	10
	Разом	60	104

6. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. *Виборча кампанія: її суть, типи та етапи*

1. Цілі, завдання та чинники виборчої кампанії.
2. Моделі та типи виборчої кампанії.
3. Етапи виборчої кампанії.
4. Передвиборча кампанія.
5. Маркетингова виборча кампанія. Адресна виборча кампанія.

Тема 2. *Основні виборчі системи сучасності*

1. Основні переваги та вади мажоритарної виборчої системи.
2. Сутність пропорційних виборчих систем.
3. Змішані виборчі системи як специфічна комбінація елементів пропорційної та мажоритарної систем.
4. Куріальні виборчі системи і проблема забезпечення представництва в парламенті нечисленним етнічним та ін. соціальним групам.

Тема 3. *Ресурси виборчої кампанії*

1. Політичні та електоральні ресурси.
2. Базові електоральні (виборчі) ресурси.
3. Похідні ресурси.
4. Адмінресурс і його значення у виборчій кампанії.

Тема 4. *Фінансування виборчої кампанії. Фандрайзинг.*

1. Фінанси та вибори.
2. Джерела фінансування виборчих кампаній.
3. Фандрайзинг.
4. Виборчий фонд та виборча (грошова) застава.
5. “Брудні гроші” та вибори.

Тема 5. *Стратегія та тактика виборчої кампанії.*

1. Базові засади стратегічного планування.
2. Політичний та електоральний (виборчий) маркетинг.
3. Стратегія виборчої кампанії.
4. Типи та моделі виборчих стратегій.
5. Тактика виборчої кампанії.
6. Планування виборчої кампанії.

Тема 6. *Виборча команда та виборчий штаб*

1. Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.
2. Виборчий штаб: завдання та основи формування.

3. Інформаційне забезпечення виборчого процесу.
4. Соціологічне забезпечення виборчої кампанії: види, функції соціологічних досліджень на виборах.
5. Аналітичні структури в штабах робота з групами експертів, засоби масової інформації.

Тема 7. Політичний менеджмент

1. Основні функції та види політичного менеджменту.
2. Менеджмент виборчої кампанії.
3. Формування команди кандидата та її структура.
4. Оцінка політичної ситуації та вибір виборчого округу.
5. Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії.
6. Програма кандидата та її структура та основні вимоги.
7. Організація і проведення передвиборчої агітації.

Тема 8. Виборчі технології: теорія та практика їх застосування

1. Сутність та види виборчих технологій.
2. Політичний та електоральний менеджмент.
3. Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.
4. Виборчий штаб: завдання та основи формування.
5. Виборчі технології та виборче мистецтво. Різновиди виборчих технологій.
6. Соціологічне опитування як виборча технологія.

Тема 9. Соціологічні виборчі технології

1. Соціологічні дослідження в виборчому процесі. Види соціологічних досліджень.
2. Основні напрямки базових соціологічних досліджень, їх сутність та характерні ознаки.
3. Соціологічні дослідження типології електорату та електоральної поведінки.
4. Основні напрями пост виборчих соціологічних досліджень.
5. Утворення електоральної бази даних по округу. Розробка електоральної карти округу.

Тема 10. Поняття, функції та види інформаційних технологій

1. Поняття інформаційних технологій, властивості та основні вимоги до них.
2. Види сучасних ІТ: опрацювання даних, керування, підтримка прийняття рішень, експертні системи.
3. Класифікація інформаційних технологій.

4. Концепція запровадження ІТ в законодавчих органах влади.
5. Економічний та соціальний аспекти використання ІТ. Властивості та вимоги.

7. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне завдання з навчальної дисципліни **«Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній»** носить самостійний характер виконання окреслених завдань і тематично охоплює загальне змістовне навантаження з навчального курсу. Індивідуальне завдання студента виконується під час 2 модулю і може бути оцінене максимально у 20 балів. Воно включає виконання аналітичного завдання за визначеною темою і може включати **наступні завдання:**

1. Конспект із теми за заданим планом або планом, який студент розробив самостійно.
2. Есе або реферат з окремої теми, питання або вузької проблематики, яку студент узгоджує з викладачем.
3. Колоквіум з окремого прочитаного студентом першоджерела (див. перелік допоміжної літератури).
4. Бібліографічний опис з конкретної теми або окремого питання.
5. Підготовку та захист електронної презентації з окремого питання .

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ ТА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Виборчі системи та їх особливості.
2. Мажоритарна виборча система: поняття, типологія, практика застосування.
3. Пропорційна виборча система: поняття, практика втілення.
4. Особливості становлення виборчої системи в незалежній Україні.
5. Порівняльний аналіз мажоритарної і пропорційної виборчих систем.
6. Досвід виборчих систем України в політико-правовому аспекті.
7. Аналіз переваг та недоліків різних типів виборчих систем, випробуваних в Україні.
8. Виборчі системи: проблема вибору оптимальної моделі виборчої системи для України.
9. Вибори як інструмент переходу до демократії.
10. Вибори як знаряддя політичного маніпулювання.
11. Участь політичних партій у виборчих процесах.
12. Регіональні особливості місцевих виборів 2020 року (на прикладі Закарпатської області).
13. Модель електоральної поведінки населення Закарпатської області в контексті загальноукраїнських виборів.
14. Регіональний аспект виборів і його порівняння з попередніми виборами (за вибором: Президента, виборів до Верховної Ради, місцевих виборів).
15. Удосконалення виборчої системи України в контексті демократичних перетворень.
16. Парламентський контроль в системі державного управління України.
17. Порівняльний аналіз стратегій політичних партій України на виборах в ОТГ та до обласних рад (на прикладі Закарпатської області).
18. Основні напрямки базових соціологічних досліджень, їх сутність та характерні ознаки.
19. Концепція запровадження ІТ в законодавчих органах влади.
20. Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії.

9. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Що таке місцеві вибори? Який порядок їх проведення в Україні?
2. Дайте характеристику виборів в Україні.
3. Сутність мажоритарної виборчої системи.
4. Основні переваги та вади мажоритарної виборчої системи.
5. Суть пропорційних виборчих систем.
6. Різновиди партійних списків.
7. Що таке абсентеїзм і які чинники його зумовлюють?
8. Що таке виборчі цензи? Які ви знаєте виборчі обмеження?
9. Як відбувається проголошення (призначення) виборів?
10. Які існують способи висування (номінації) кандидатів? Як відбувається номінація кандидатів політичними партіями?
11. Який порядок встановлення результатів виборів?
12. Як виборча система співвідноситься з партійною системою? Соціологічні закони Дюверже.
13. Які головні напрямки реформування виборчої системи України?
14. Що таке референдум та плебісцит? Яке їх місце в системі сучасної демократії?
15. Які функції референдумів? Види референдумів.
16. Виборча кампанія. Цілі, завдання та чинники виборчої кампанії.
17. Моделі та типи виборчої кампанії.
18. Етапи виборчої кампанії.
19. Чинники успіху виборчої кампанії.
20. Підготовка до виборів. Передвиборча кампанія.
21. Виборчий ринок. Маркетингова виборча кампанія.
22. Адресна виборча кампанія.
23. Політичні та електоральні ресурси.
24. Ресурси та потенціал партії.
25. Базові електоральні (виборчі) ресурси.
26. “Ціна кандидата”.
27. Адмінресурс і його значення у виборчій кампанії.
28. Фінанси та вибори. Джерела фінансування виборчих кампаній.
29. Базові засади стратегічного планування.
30. Політичний та електоральний (виборчий) маркетинг.
31. Стратегія виборчої кампанії. Типи та моделі виборчих стратегій.
32. Тактика виборчої кампанії.
33. Планування виборчої кампанії.
34. Політичний маркетинг та його основні функції.
35. Основні види політичного маркетингу.
36. Політичний та електоральний менеджмент.

37. Основні функції та види політичного менеджменту.
38. Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії
39. Виборча команда: принципи підбору та правила ефективної роботи.
40. Виборчий штаб: завдання та основи формування.
41. "Білий" та "сірий" виборчий штаб.
42. Структура виборчого штабу.
43. Унеможливлення фальсифікації виборів.
44. Виборчі технології та їх різновиди.
45. "Чисті" та "брудні" виборчі технології ("білий"/"чорний" ПР).
46. Деструктивні та гуманітарні технології.
47. Психотехнології.
48. Базові та диференційні виборчі технології.
49. Соціологічне опитування як виборча технологія.
50. Виборче мистецтво.
51. Соціологічні дослідження в виборчому процесі.
52. Основні напрямки базових соціологічних досліджень, їх сутність та характерні ознаки.
53. Технологія розробки портрета виборчого округу.
54. Основні напрямки пропагандистських соціологічних досліджень.

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Навчально-методична:

1. *Бебик В. М.* Менеджмент виборчої кампанії. Ресурси. Технології. Маркетинг.- К., 2001.
2. *Бебик В. М.* Політологія: наука і навчальна дисципліна: Підручник.- К., 2009, Політичне маніпулювання, с. 350-357, с. 428-432.
3. *Бебик В.* Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі (соціопсихологія і технологія політичної боротьби).- К., 1993.
4. *Варій М. Й.* Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: Навчально-методичний посібник.- К., 2003, Розуміння передвиборних і виборчих технологій, с. 35-38, “Чисті” і “брудні” виборчі технології, с. 39-44, Адміністративний ресурс, с. 45-50, Сутність політико-психологічних передвиборних і виборчих технологій, їх класифікація, с. 264-274, Базові політико-психологічні передвиборні та виборчі технології, с. 274-332, Диференційні передвиборні й виборчі технології, с. 332-392.
5. *Выдрин Д.* Очерки практической политологии.- К., 1991, Гл. 3. Политические антитехнологии и их распознавание (Опыт концептуализации политических уловок), с. 72-94.
6. *Галумов Э.* Основы PR.- М., 2004.
7. *Горбатенко В. П.* Прикладна політологія. Навчальний посібник.- К., 2008.
8. *Душин И., Сысун А., Ложкин Б.* Выборы. Технологии избирательных кампаний.- Харьков, 1998, с. 110-115.
9. *Зайцевский П. Г.* Избирательные технологии.- М., 1999.
10. Избирательные технологии и избирательное искусство: Сб. статей / Под общ. ред. С. В. Устименко.- М., 2001.
11. *Климанська Л. Д.* Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної кухні.- Львів, 2007, Типи соціально-комунікативних технологій на виборах, с. 290-326.
12. *Корнієнко В. О.* Політичні технології у політичній практиці // Прикладна політологія: Навч. Посібник / За ред. В.П. Горбатенка.- К., 2008.
13. *Кочубей Л.* Виборчі технології: Навч. посіб.- К., 2008.
14. *Лисовский С. Ф., Евстафьев В. А.* Избирательные технологии: истории, теория, практика / Учебн. пособие для кандидатов и избирателей.- М., 2000.
15. Политические технологии / Под. общ. ред. О. Ф. Шаброва.- М, 2001.
16. *Почепцов Г. Г.* Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире.- Ровно, 1999.
17. *Почепцов Г.* Паблік рилейшнз.- К., 2004, Гл. 11. Чутки в структурі суспільної думки, с. 216-224, Гл. 13. PR і супутні науки, с. 240-253.
18. *Скрипкина Ж. Б.* Избирательные системы и технологии: Учебн. пособие.- М., 2007.

19. Сучасний виборчий PR / Кер.авт. кол. В. В. Лісничий.- К., 2004, Характеристика зарубіжних шкіл виборчого PR, с. 30-34.
20. Шведа Ю. Виборча система і виборчі технології // Шведа Ю. Партії та партійна система України: Навчальний посібник.- Львів, 2001, с. 57-62.
21. Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії: навч.-метод. посіб.- К., Розділ 11. Виборчі технології та виборче мистецтво, с. 280-302.

Рекомендована:

22. Алдер Х. НЛП: современные психотехнологии.- СПб., 2000.
23. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз.- К., 2005.
24. Бойко О. Використання нейролінгвістичного програмування у політичній сфері // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2009, Вип. 16, с.169-176.
25. Бондаренко В. Росія на “п’ятирічку” випереджає Україну за виборчими технологіями // Нова Політика, 2000, № 1(27), с. 50-51.
26. Верман О. Нейролінгвістичні засоби впливу у виборчій кампанії // Політична психологія, 2003.
27. Веселовський С. Передвиборчі технології: зворотний бік використання (досвід російської президентської кампанії 1996 р.) // Нова Політика, 1998, № 3.
28. Виборчі технології. Збірник матеріалів / Упорядник В. Ціон.- К., 1998.
29. Власенко О. Політика “за склом” або таємниці виборчих технологій.- К., 2003.
30. Выдрин Д. Политика. История, технология, экзистенция.- К., 2001.
31. Выдрин Д. Политические антитехнологии и их распознавание // <http://ava.md/01-politika/0123-polititicheskie-antitehnologii-i-ih-raspoznanie.html>
32. Выдрин Д. Технология популизма. Опыт анализа политических уловок // Диалог, 1990, № 13, с. 37-39.
33. Галушко С. Резерви виборчих технологій // Персонал, 2003, № 12, с. 26-29.
34. Гев'юк А. Вибори 2004: огляд інформаційних технологій // Форум: соціально-політичний журнал, 2005, № 1, с. 31-34.
35. Голосов О. Я. Віч-на-віч з інформаційним агресором // Віче, 1998, № 1, с. 24-29.
36. Гуйтор М. Особливості застосування виборчих технологій у президентських та парламентських кампаніях 1991-1999 рр. // Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія., Вип. 9, 2008, с. 111-115.
37. Гусаковский А. Классификатор ”черного PR” (Исследование информационных операций) // <http://psyfactor.org/bleckpr.html>

38. *Дмитришин Ю. А.* Застосування “брудних технологій” у політичній рекламі під час виборчої кампанії 2006 року // Наукові записки НаУКМА., Політичні науки, Т. 69, 2007, с.65-69.
39. *Доній О.* Які “чорні” PR-технології використовуються під час цього річної виборчої кампанії? // Інститут глобальних стратегій. Аналітика.-2006 // <http://www.igls.com.ua/analytics/1162/>
40. *Жданов І.* Свідомий вибір чи маніпулювання масовою свідомістю? // Нова Політика, 2002, № 1, с. 16-20.
41. *Зайцевський П. Г.* Избирательные технологии.- М., 1999.
42. *Зернецька О., Зернецький П.* PR-маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика // Політичний менеджмент, 2003, № 3, с. 101-114.
43. *Клячин А.* Політичні антитехнології: ціннісний вимір // Науковий Вісник Ужгородського університету, Сер. Політологія. Соціологія. Філософія, Вип. 15, 2010, с. 81-85.
44. *Ковалевський В. О.* Комунікація –інтерація- маніпуляція: механізм реалізації сучасної політичної влади // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2010, Вип. 19, с. 244-255.
45. *Королько В. Г.* Основи паблік рілейшнз.- К., 1997.
46. *Королько В. Г.* Паблік рілейшнз: Наукові основи, методика, практика.- К., 2001.
47. *Кочубей Л. О.* Виборчі технології в Україні (за досвідом парламентських виборів). Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора політ. наук.- К., 2006.
48. *Кочубей Л.* Виборчі технології – не виборчі маніпуляції // Віче, 2003, № 8, с. 10-13.
49. *Кочубей Л. О.* Виборчі технології: політологічний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної України).- К., 2006.
50. *Кочубей Л.* Деструктивні технології виборчих кампаній: морально-психологічний аспект // Соціальна психологія.- 2007, Спецвипуск //
51. *Кочубей Л.* Конфліктні технології в сучасній Україні // <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent/php3?m=6&n=75&c=597> Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2009, Вип. 16, с.161-169.
52. *Кочубей Л.* Методи соціально-психологічного впливу на електорат // Політичний менеджмент, 2004, № 1, с. 99-106.
53. *Кочубей Л. О.* Президентська кампанія-2010 в Україні: досягнення та прорахунки // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї, 2010, Вип. 20, с. 165-174.
54. *Кошелюк М. Е.* Технологии политических выборов.- СПб., 2004.
55. *Кучма Л.* Політична активність крізь призму політичного маніпулювання та політичного відчуження // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. Збірник наукових праць.- Львів, 2007, Вип. 19, с. 108-113.
56. *Леонтьєва Л.* Маніпуляцій не уникнути, але захищатись від них необхідно // Віче, 2004, № 9, с. 19-22.

57. *Лісничук О.* Уроки французької президентської кампанії // *Нова політика*, 2002, № 2, с. 5-10.
58. *Литвиненко О.* Масова свідомість: використання жорстких пропагандистських технологій у Російській Федерації (1985-1998 рр.) // *Нова Політика*, 1998, № 4, с. 29-31.
59. *Макітра Я.* Вплив на масову свідомість під час виборчих кампаній // *Політика*, 2006, 11 мая.
60. *Матвієнків С.* Інформаційні війни: їх суть та вплив на політичну сферу суспільства // *Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, Соціологія, Філософія.*, Вип. 10, с.113-119.
61. *Мейтленд Я.* Рабочая книга PR-менеджера.- СПб., 2008.
62. *Миклацук І.* Політичне маніпулювання як чинник української політики // *Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї*, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 69-78.
63. *Моисеев В.* Паблик рилейшнз. Теория и практика.- К., 1999.
64. *Мэрфи Р.* Технология избирательных кампаний в США // *Политические исследования*, 1991, № 30.
65. *Нальотов А.* Виборчі технології як чинник впливу на електоральну культуру й поведінку та їхня роль у трансформації політичних систем // *Віче*, 2007, № 16, с. 21-24.
66. *Нальотов А.* Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість // *Політичний менеджмент*, 2007, № 5, с. 126-138.
67. *Ньюсом Даг, Терк Джуді Ван Слайд, Круберг Дин.* Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Пер. с англ.-М, 2001.
68. *Ольшанский Д.* Политический PR.- СПб, 2003.
69. *Панарин И. Н.* Технология информационной войны.- М., 2003.
70. Партійне ноу-хау перед початком кампанії (парад нестандартних PR-акцій) // *Analityka*, 2001, № 1, с. 21-23.
71. *Петров О. В.* Социологические избирательные технологии.- Днепропетровск, 1998.
72. *Петров О., Полторак В.* Опитувальні технології у виборчій кампанії // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2002, № 4.
73. *Пойченко А.* Вибори. Технологія успіху // *Віче*, 1993, № 12, с. 98-109.
74. *Полторак В., Петров О.* Соціологічні піар-технології в політиці: засоби маніпуляції чи інструмент політичної дії // *Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї*, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 78-85.
75. *Полторак В. А., Петров О. В.* Социологические ПИАР-технологии в политике: средство манипуляции или инструмент политического действия [http: // www.spr.org.ua/arbejder/ArticlePoltorakPetrov.doc](http://www.spr.org.ua/arbejder/ArticlePoltorakPetrov.doc)
76. *Поплавський М.* Азбука паблік рилейшнз.- К., 1997.
77. *Почепцов Г.* Віртуальні революції: використання віртуальних об'єктів при зміні влади // *Політичний менеджмент*, 2004, № 7, с. 3-17.
78. *Почепцов Г.* Коммуникативные технологии XX века.- М.-К., 2001.
79. *Почепцов Г.* Информационно-политические технологии.- М., 2003.

80. Почепцов Г. Г. Информация и дезинформация.- К., 2001.
81. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов.- М., 2000.
82. Почепцов Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением.- М., 1998.
83. Почепцов Г. Політтехнології в загальній систематиці технологій впливу // Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 6-20.
84. Почепцов Г. Психологические войны.- М.-К., 1999.
85. Почепцов Г. Как становятся президентами: избирательные технологии XX века.- К., 1999.
86. Почепцов Г. Коммуникативные технологии XX века.- М.-К., 2001.
87. Приходько О. "Об'єктивність" на замовлення. Право на інформацію та маніпулятивні виборчі технології // Віче, 2005, № 1, с. 14-17.
88. Пугачев В. П. Технологии скрытого управления в современной российской политике // Вестник Московского университета, Сер. 12. Политические науки, 2003, № 3, с. 66-101.
89. Рейтерович І. "Мова компромату" як складова політичного дискурсу в суспільствах перехідного типу // Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 136-140.
90. Ротовский А. А. Системный PR.- Днепропетровск, 2006.
91. Сіленко А. Антиреклама – шлях до влади // Віче, 2007, № 17, с. 10-11.
92. Сіленко А. Інфокомунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства // Політичний менеджмент, 2004, № 5, с. 40-56.
93. Скарбничка українського піару // Аналітика, 2002, № 5, с. 30-34.
94. Слободянюк Е. Виборчі технології для "чайників" і не тільки // Нова політика, 2000, № 2, с. 44-46.
95. Ставицька О. В. Технології політичного менеджменту.- К., 2002.
96. Сурмін Ю. Напрями вдосконалення виборчих технологій в аспекті досвіду виборів 2006 року // Сучасна українська політика. Політика і політологи про неї.- К., 2007, Вип. 10. // <http://www.politik.org.ua/vid/bookscontent.php3?b=21&s=478>
97. Телешун С. Українські політичні реалії і політичні технології // Сучасна українська політика. Політологи та політики про неї, 2008, Спецвипуск: Політичні технології, с. 4-6.
98. Тарасенко В. Технології перемагають, але програє народ. До підсумків президентських виборів-99 в Україні // Віче, 1999, № 12, с. 105-117.

Навчально-методичне видання

Гиря Володимир Іванович

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ:
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

Навчально-методична серія «КАФЕДРА»

Г 51

Гиря В.І. Менеджмент та маркетинг виборчих кампаній: навчально-методичні рекомендації (для студентів спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування). Навчально-методична серія «КАФЕДРА»; [Ужгород. нац. ун-т; ф-т суп. наук; Кафедра політології і державного управління). Ужгород, 2020. 28 с.

УДК 324+342.8 (477)

У даному виданні містяться навчально-методичні рекомендації з навчальної дисципліни. Наводиться мета, завдання, зміст дисципліни; плани практичних (семінарських) занять; вказані методичні рекомендації з підготовки індивідуальної роботи студента; опубліковані перелік питань для підсумкового контролю, критерії оцінювання результатів навчання та рекомендовані джерела інформації з курсу.