

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Історико-філософський факультет  
Кафедра філософії



**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Політичний менеджмент і маркетинг**

для студентів

спеціальності 052 - Політологія

освітнього рівня першого (бакалаврського)

освітньої програми 052.00.01 Політологія

Київ – 2019

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма № 0416/19  
*Жильцов*  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 19 р.

Розробники:

Лавриненко Ганна Андріївна, кандидат політичних наук, доцент кафедри філософії Історико-філософського факультету Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладачі:

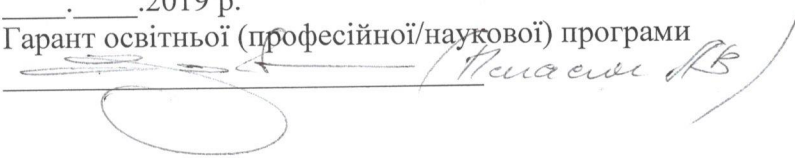
Лавриненко Ганна Андріївна, кандидат політичних наук, доцент кафедри філософії Історико-філософського факультету Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри філософії Історико-філософського факультету  
Протокол від 29 серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри  д.філос.н., проф. Додонов Р.О.

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 052.00.01 Політологія

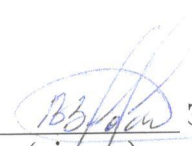
\_\_\_\_\_.2019 р.  
Гарант освітньої (професійної/наукової) програми



Робочу програму перевірено

30.09.2019 р.

Заступник декана

 Завадський В.М.  
(підпис)

Пролонговано:

на 20\_\_ / 20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20\_\_ / 20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20\_\_ / 20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20\_\_ / 20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни «Політичний менеджмент і маркетинг»

| Найменування показників                   | Характеристика дисципліни за формами навчання   |        |
|---|---|--------|
|   | денна   | заочна |
| Вид дисципліни                            | дисципліна, яка забезпечує формування загальних компетентностей обов'язкової частини НП |        |
| Мова викладання, навчання та оцінювання   | українська  |        |
| Загальний обсяг кредитів / годин          | 3 / 90  |        |
| Курс                                      | II  |        |
| Семестр                                   | 3   |        |
| Кількість змістових модулів з розподілом: | 3   |        |
| Обсяг кредитів                            | 3   |        |
| Обсяг годин, в тому числі:                | 90  |        |
| Аудиторні                                 | 42  |        |
| Модульний контроль                        | 6   |        |
| Семестровий контроль                      | -   |        |
| Самостійна робота                         | 42  |        |
| Форма семестрового контролю               | Залік   |        |

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою** вивчення курсу «Політичний менеджмент і маркетинг» є: ознайомлення студентів з основними школами та напрямками класичної та сучасної загальної теорії менеджменту та маркетингу; розкриття змісту понять та положень теорії політичного менеджменту та маркетингу; висвітлення принципів та функцій маркетингу та державного менеджменту; аналіз основних понять менеджменту державної політики; з'ясування структури та проблем маркетингу на державному рівні та менеджменту державного адміністрування. *Дисципліна спрямована на формування таких фахових (професійних) програмних компетентностей освітньої програми підготовки:*

**ФК–07. Ефективне використання дослідницьких знань та навичок.** Здатність поєднувати знання різних методів наукового та філософського дослідження і вміння їх використовувати у професійній діяльності; володіння

методами і прийомами логічного аналізу, вміння працювати з науковими текстами і смисловими конструкціями, які містяться в них

**ФК-11. Навички в організаційно-управлінській діяльності.** Здатність застосовувати навички організації та проведення дискусій; вміння використовувати базові філософські та політологічні знання в процесі прийняття управлінських рішень; здатність до планування, організації та управління своєю професійною діяльністю і роботою різних колективів; володіння навичками підготовки службових документів і ведення ділового листування

**ДФК–03.** Уміння консультування та прогнозування суспільно-політичних явищ/аналізу політичних процесів за допомогою широкого спектру аналітичних методик.

### 3. Результати навчання за дисципліною

**ПРН -05-з.** Здатність критично аналізувати, оцінювати та застосувати знання в контексті професійної діяльності.

**ПРН- 07 -у.** Знаходити необхідну інформацію з різних джерел, упорядковувати її, оцінювати її достовірність та пояснювати значущість.

**ДПРН - 03.** Здатність організувати експертне супроводження рішень, та способів оцінки суспільної проблеми для політичного актора.

### 4. Структура навчальної дисципліни

#### Тематичний план

| Назви змістових модулів і тем  | Разом     | Розподіл годин між видами робіт |          |           |             |               |            |
|--|-----------|---------------------------------|----------|-----------|-------------|---------------|------------|
|  |           | Аудиторна:                      |          |           |             |               | Самостійна |
|  |           | Лекції                          | Семінари | Практичні | Лабораторні | Індивідуальні |            |
| <b>Змістовий модуль I.</b>   |           |                                 |          |           |             |               |            |
| <b>Тема 1.</b> Місце і роль політичного менеджменту в сучасному суспільстві. | <b>4</b>  | 2                               | 2        | -         | -           | -             | 14         |
| <b>Тема 2.</b> Політичний менеджмент як теорія і як практика.                | <b>4</b>  | 2                               | -        | 2         | -           | -             |            |
| <b>Модульний контроль</b>  | <b>2</b>  |                                 |          |           |             |               |            |
| <b>Разом</b>   | <b>24</b> | <b>4</b>                        | <b>2</b> | <b>2</b>  | <b>-</b>    | <b>-</b>      | <b>14</b>  |
| <b>Змістовий модуль II.</b>  |           |                                 |          |           |             |               |            |
| <b>Тема 3.</b> Політичний технологічний процес.                              | <b>6</b>  | 4                               | 2        | -         | -           | -             | 14         |
| <b>Тема 4.</b> Управління мотивацією в політико-технологічному процесі.      | <b>8</b>  | 4                               | 2        | 2         | -           | -             |            |

|  |           |           |           |           |   |   |           |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|---|---|-----------|
| <b>Тема 5.</b> <i>Управління процесами комунікації та структуризації.</i>          | <b>8</b>  | 4         | 2         | 2         | - | - |           |
| <b>Модульний контроль</b>  | <b>2</b>  |           |           |           |   |   |           |
| <b>Разом</b>   | <b>38</b> | <b>12</b> | <b>6</b>  | <b>4</b>  | - | - | <b>14</b> |
| <b>Змістовий модуль III.</b>   |           |           |           |           |   |   |           |
| <b>Тема 6.</b> <i>Технології лобізму як один із видів політичного менеджменту.</i> | <b>4</b>  | 2         | 2         | -         | - | - | 14        |
| <b>Тема 7.</b> <i>Іміджмейкінг як вид політичного менеджменту.</i>                 | <b>4</b>  | 2         | -         | 2         | - | - |           |
| <b>Тема 8.</b> <i>Сучасні технології проведення виборчих кампаній.</i>             | <b>4</b>  | 2         | -         | 2         | - | - |           |
| <b>Модульний контроль</b>  | <b>2</b>  |           |           |           |   |   |           |
| <b>Разом</b>   | <b>28</b> | <b>6</b>  | <b>2</b>  | <b>4</b>  | - | - | <b>14</b> |
| <b>Підготовка та проходження контрольних заходів</b>                               | <b>-</b>  |           |           |           |   |   |           |
| <b>Загалом</b>   | <b>90</b> | <b>22</b> | <b>10</b> | <b>10</b> | - | - | <b>42</b> |

## 5. Програма навчальної дисципліни

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

#### Тема 1. Місце і роль політичного менеджменту в сучасному суспільстві

Сучасний менеджмент є процесом безперервних взаємопов'язаних дій (управлінських функцій): планування, організування, мотивування, контроль.

Політичний менеджмент - це система управління політичними процесами; наука і мистецтво аналізу тенденцій політичного розвитку, передбачення його наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва та забезпечення їх реалізації в політичній практиці.

Зростання ролі політичного менеджменту в сучасному політичному процесі зумовило диференціацію і професіоналізацію діяльності в цій сфері, вихід на арену фахівців із різних аспектів політико-технологічного управління.

Система політичного менеджменту основні види: іміджмейкінг; корпоративний політичний іміджмейкінг; електоральні технології; політичний брендинг; технології політичних союзів; технології регулювання і розв'язання політичних конфліктів; технології лобізму; етнополітичний менеджмент як складова єдиної системи правового й адміністративного регулювання міжетнічних відносин.

Перетворення політичного менеджменту в професію відбулося через виникнення соціальної потреби у фахівцях подібного роду, що збіглася з «емпіричною революцією» в соціально-політичних науках. При цьому ситуація в суспільстві не перешкоджала їх вільному професійному самовдосконаленню.

Політичний менеджмент і етичні проблеми.

Проблема вибору засобів досягнення поставлених цілей, проблема співвіднесення обраних форм політичної боротьби з існуючими в суспільстві нормами моралі. Проблема взаємодії політичних технологів з політиками, яких вони консультують. Проблема конкуренції на ринку політичних консалтингових послуг.

#### ***Основні поняття теми:***

Менеджмент, політичний менеджмент, види політичного менеджменту, іміджмейкінг, політико-технологічне управління.

#### Тема 2. Політичний менеджмент як теорія і як практика

Підвищення інтересу до політичного менеджменту в ХХ ст. було зумовлене зрушенням простору силового розв'язання проблем у сфері політичних (владних) відносин, утвердженням цінностей і принципів правової держави, ідеологічного і політичного плюралізму, поваги прав меншин, свободи опозиції, толерантності. Обмеження дій вищих державних посадовців законом, проголошення непорушності прав і свобод особи, вихід на політичну

арену партій і інших організацій, не наділених статусними ресурсами влади, вимагали перегляду способів досягнення політичної мети.

Політичний менеджмент може бути комплексно вивчений тільки на основі методологічних підходів з використанням інструментарію багатьох дисциплін: політології, соціології, психології і теорії управління (менеджменту) та ін.

Політичний менеджмент як об'єкт дослідження охоплює все різноманіття управлінських відносин, що виявляється в конкретних діях, кроках його реальних учасників у певній країні або в певний період. Він потребує теоретичних і прикладних знань про цей управлінський процес, що дає змогу виробити практичні рекомендації з метою розв'язання конкретного управлінського завдання.

Теоретичною основою політичного менеджменту є сукупність теоретичних концепцій, що пояснюють природу, специфіку цього типу відносин у політиці; практичною - навички, що реалізуються в управлінській практиці, вміння пізнавати, досліджувати, пояснювати конкретні ситуації.

Предметом політичного менеджменту є: вивчення політичного управління як процесу, в якому реалізуються суб'єктно-об'єктні відносини, умов його виникнення, структури, чинників впливу, тенденцій розвитку, а також дослідження внутрішньоособових процесів, що впливають на мотивацію і поведінку людей, залучених до політико-технологічного процесу, чинників, які спонукають людей до участі в цьому виді політичного управління, особливостей цієї взаємодії.

Аналітичне конструювання ситуацій.

### ***Основні поняття теми:***

Правова держава, плюралізм, політична мета, управлінські відносини, мотивація, громадянська поведінка, політична ситуація.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II**

### **Тема 3. Політичний технологічний процес**

Модель - сукупність логічних, математичних або інших співвідношень, які відображають із необхідним або досяжним ступенем подібності певний фрагмент політичної реальності, істотні властивості досліджуваного політичного процесу.

Важливими інструментами моделювання політичних процесів є теорії ігор, оптимізації та прийняття рішень.

Політико-технологічний процес є сукупністю політичних дій його учасників.

У межах політико-технологічного управління виділяють наступні види дії індивідів: дії, що відтворюють інституційні політичні відносини, коли індивід орієнтується на статусно-рольові моделі політичної поведінки; дії, за

допомогою яких суб'єкт і об'єкт політико-технологічного процесу висловлюють, поширюють політичні цінності, оцінки, думки, уявлення, ідеали; дії, в яких відтворюються соціальні і політичні ідентифікації, часто неусвідомлено виявляються прагнення людей орієнтуватися на певні політичні організації, групи, політичних лідерів, підтримувати їх, сприяти зміцненню їх позицій у політичному просторі.

Форми політичної взаємодії – це усталені, інституційно або психологічно зумовлені способи поведінки суб'єктів, що взаємодіють. Виокремлюють дві групи політичної взаємодії: функціонування (співпраця, конкуренція, консолідація і панування) та розвитку (конфлікти і реформи).

#### ***Основні поняття теми:***

Політична взаємодія, політична модель, політичний технологічний процес, моделювання політичних процесів, теорія ігор, прийняття політичних рішень.

#### **Тема 4. Управління мотивацією в політико-технологічному процесі**

Мотивація політичної дії: основні напрямки дослідження. Теорії мотивації: теорії потреб, диспозиційні теорії, теорії установок, ситуаційні теорії.

Роль мотивації в досягненні цілей політичного менеджменту. Когнітивна модель мотивації політичної дії.

Політичною дією є будь-який поведінковий акт, спрямований на відтворення, розвиток і зміну політичної реальності. Політико-технологічні управлінські дії відтворюють особливий сегмент політичної реальності: відносини політичного лідерства, вплив груп тиску на державні структури і державних посадовців, електоральні процеси, масові політичні акції, поширення політичних цінностей, політичних оцінок і думок.

Основні завдання управління мотивацією в політичному менеджменті. Перше - формування у свідомості людей стійких афективно-когнітивних структур, тобто ціннісних орієнтацій, оцінок, переконань, стереотипів, установок. Друге - вплив на процес індивідуальної інтерпретації ситуації.

Ефективність впливу на індивідуальну інтерпретацію ситуації залежить від знання суб'єктом управління ментальних психічних процесів, що протікають на рівні свідомості і підсвідомості. Виділяють своєрідні точки докладання управлінських зусиль, впливаючи на які можна вплинути на процес формування потрібних суб'єкту управління мотивів. Поріг уваги. Процеси категоризації. Процеси атрибутції. Емоційні процеси. Пам'ять.

#### ***Основні поняття теми:***

Мотивація, управління мотивацією, політична дія, когнітивна модель мотивації, теорії потреб, теорії установок.



### **Тема 5. Управління процесами комунікації та структуризації**

Соціальні структури (стійкі відносини) існують у формі інститутів, організацій, груп, статусів.

Найзначущі для суспільства інституційні відносини регулюються системою норм права і охороняються державою. Порушення їх спричиняє застосування санкцій відповідними державними органами.

Управління процесами структуризації в політико-технологічному процесі не здійснюється на основі вибудовування відносин між суб'єктом і об'єктом управління, як це притаманно будь-якому іншому управлінському процесу, де керовані повинні чітко усвідомлювати свою залежність від керівника та, зважаючи на застосування санкцій, виконувати відповідну статусу керованого роль.

Суб'єкт політико-технологічного процесу використовує різні прийоми і способи для переструктурування політичного простору на користь своїх інтересів, управління процесами структуризації.

Ця діяльність передбачає розв'язання суб'єктом таких завдань: зовнішня структуризація, внутрішня структуризація. Вибір цих відносин зумовлений цілями суб'єкта управління.

Моделі поведінки лідера і послідовників транслуються в суспільстві за допомогою комунікації і засвоюються населенням у процесі соціалізації, що робить досить високою ймовірність виникнення таких взаємодій.

Відношення «лідер — послідовники». «Учасники руху — керівництво ЗМІ». «Учасники руху — лідери думок». «Учасники руху — політичні суперники».

#### ***Основні поняття теми:***

Соціальні структури, процеси структуризації, зовнішня структуризація, внутрішня структуризація, моделі поведінки лідера, комунікація.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III**

### **Тема 6. Технології лобізму як один із видів політичного менеджменту**

Лобіювання — це неофіційний вплив на законодавців, а лобісти — люди, які здійснюють такий вплив.

Лобізм - специфічний інститут політичної системи, що визначає механізм впливу приватних чи суспільних організацій, політичних партій, корпорацій, союзів тощо на прийняття рішень парламентом

Термін лобізм у побутовому використанні часто має негативну смислову конотацію, означаючи фактично купівлю голосів або вигідних політичних рішень. У цьому значенні лобізм означає фактично «протекціонізм», «підкуп» державних чиновників в корисливих цілях.

У позитивному значенні лобізм, як система організаційного оформлення, вираження та представництва різноманітних групових інтересів є так само невід'ємною частиною суспільства, як і наявність в суспільстві цих різноманітних груп інтересів, кожна з яких наполегливо прагне повернути до себе увагу владних органів. Лобізм зв'язаний з політичною владою.

Лобізм як повноцінний інститут проявляється тоді, коли існують щонайменше дві необхідні умови. У суспільстві виникає велике розмаїття інтересів внаслідок його соціальної диференціації. Розширюється доступ до влади внаслідок розвитку політичного плюралізму, що є характерним насамперед для демократичних суспільств.

Основні риси лобізму. Наявність певної зацікавленої групи. Наявність професійного найнятого працівника чи групи працівників, що представляють інтереси зацікавленої групи. Метою цієї діяльності є прийняття вигідних для замовників управлінських рішень.

Функції лобізму. Посередництво між суспільством та державою. Заміщення представництва. Інформаційна функція. Постановка актуальних питань. Впорядкування плюралізму суспільної думки.

#### ***Основні поняття теми:***

Лобіювання, лобізм, плюралізм, протекціонізм, процес прийняття політичних рішень, соціальна зацікавленість, групи інтересів.

#### **Тема 7. Іміджмейкінг як вид політичного менеджменту**

Іміджмейкінг (індивідуальний чи корпоративний) як вид політичного менеджменту — це створення образу, іміджу державного, політичного діяча та управління ним з певною метою.

Поточний імідж створюється на основі сприйняття суб'єкта політики зовнішнім середовищем, виборцями, колегами, пресою. Основним завданням є отримання не стільки сприятливого образу, скільки правильного, оптимального типу іміджу.

Бажаний - це такий тип іміджу, який відображає те, до чого ми прагнемо. Корпоративний - це імідж організації в цілому, а не окремих підрозділів або результатів її роботи. Множинний - це імідж, який створюють під час об'єднання відомих політиків, політичних партій, громадських організацій у передвиборчий блок чи політичне об'єднання. Контекстний характеризується сприянням впровадженню або функціонуванню іміджу в контексті його використання в тій чи іншій сфері, орієнтується на певні верстви населення, рівні суспільної свідомості тощо.

Напрямки дослідження іміджу політика. Номотетична діагностика. Ідеографічний напрямок.

Імідж як процес політичної комунікації. Мова політика. Комунікаційні помилки політиків під час виборчих кампаній використовують їх конкуренти.

Ідентифікація — це своєрідне перехрестя, на якому людина має 33 зробити вибір: куди йти, як іти, з ким іти. Патологія ідентичності.

Символічний підхід іміджмейкінгу.

***Основні поняття теми:***

Імідж, іміджологія, іміджмейкінг, брендинг, політична комунікація, політична мова, ідентифікація, паталогія ідентичності, символізм.

## **Тема 8. Сучасні технології проведення політичних кампаній**

Виборча кампанія – це система колективних дій, що розраховує на досягнення конкретно визначеної цілі. Вибори є не тільки суттєвою ознакою, атрибутом демократії, вони – необхідна умова її існування.

Виборчий процес безпосереднім чином пов'язаний із нормами закону і ефективністю чинного законодавства. Умови виборчого процесу. Дотримання рівності можливостей для всіх кандидатів і партій, які беруть участь у виборах (рівне фінансування, доступність ЗМІ, нейтралітет держапарату). Інститут реєстрації претендентів на посади, згідно вимог і цензів, закріплених законодавством. Інститут реєстрації виборців шляхом складання списків виборців.

Технологія проведення виборчої кампанії є складним виявом політичного мистецтва і політичного досвіду.

Виборча інженерія будується із множини особливих методів та засобів, які враховують синтез об'єктивних і суб'єктивних обставин, що здатні визначити успішний результат.

Вагомість економічної кон'юнктури, на фоні якої розгортається політична кампанія щодо програмних цілей, вимог і гасел, висунутих претендентом. Динаміку соціальних настроїв, що завжди коливаються в ході проведення кампанії. Механізми розгортання кампанії слід орієнтувати на використання емоційних та психологічних імпульсів. Завдання психологічних елементів виборчої інженерії йде через певні образні форми, мистецькі акції, зрозумілі гасла, яскраві та «теплі» символи, тощо. Формування позитивної харизми кандидата, зокрема, через уміння поводитися публічно, манеру спілкування, пози і ходу, через яскравість його політичних промов та розповсюдження в політичній рекламі його «людських якостей». Тактика виваженого використання інформаційних технологій, перш за все ЗМІ, для тиражування і просування необхідної політичної інформації, для впливу на масову й індивідуальну свідомість виборців.

Грамотно і зважено проведена виборча кампанія створює певну можливість передбачати результати голосування досить близько до реальних.

***Основні поняття теми:***

Вибори, виборча кампанія, інформація, електорат, виборчий округ, політичні конкуренти, офіційні спостерігачі, передвиборча агітація.

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1 Система оцінювання навчальних досягнень студентів

| Вид діяльності студента                                     | Максимальна к-сть балів за одиницю | Модуль 1          |                             | Модуль 2          |                             | Модуль 3          |                             |
|---|------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
|   |                                    | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів | Кількість одиниць | Максимальна кількість балів |
| Відвідування лекції   | 1                                  | 2                 | 2                           | 6                 | 6                           | 3                 | 3                           |
| Відвідування семінарських занять                            | 1                                  | 1                 | 1                           | 3                 | 3                           | 1                 | 1                           |
| Відвідування практичних занять                              | 1                                  | 1                 | 1-                          | 2                 | 2                           | 2                 | 2                           |
| Робота на семінарському занятті                             | 10                                 | 1                 | 10                          | 3                 | 30                          | 1                 | 10                          |
| Робота на практичному занятті                               | 10                                 | 1                 | 10-                         | 2                 | 20                          | 2                 | 20                          |
| Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист) | 10                                 | -                 | -                           | -                 | -                           | -                 | -                           |
| Виконання завдань для самостійної роботи                    | 5                                  | 1                 | 5                           | 1                 | 5                           | 1                 | 5                           |
| Виконання модульної роботи                                  | 25                                 | 1                 | 25                          | 1                 | 25                          | 1                 | 25                          |
| Виконання ІНДЗ  | 30                                 | -                 | -                           | -                 | -                           | -                 | -                           |
|   | Разом                              | -                 | 54                          | -                 | 91                          | -                 | 66                          |
| Максимальна кількість балів: 211                            |                                    |                   |                             |                   |                             |                   |                             |
| Розрахунок коефіцієнта: $100/211 = 0,473$                   |                                    |                   |                             |                   |                             |                   |                             |

### 6.2 Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання.

Різновидами самостійної роботи є:

- вивчення лекційного матеріалу;
- самостійне опрацювання за відповідними темами окремих питань з навчальної дисципліни;
- робота з рекомендованою основною і додатковою літературою;
- підготовка доповідей, підготовка до обговорень за відповідними темами на семінарських заняттях;
- індивідуальна та групова робота на практичних заняттях;
- підготовка творчих робіт (есе, виступу на конференції та ін.);
- систематизація теоретичних та практичних знань перед модульними контрольними роботами та заліком.

Контроль виконання самостійної роботи відбувається при обговореннях на семінарах, при написанні модульних контрольних робіт, ПМК.

| № з/п        | Назва творчих завдань                 | Кількість годин | Бали      |
|--------------|---------------------------------------|-----------------|-----------|
| 1            | Управління процесом мотивації         | 14              | 5         |
| 2            | Управління процесом комунікації       | 14              | 5         |
| 3            | Аналіз брендингу сучасного управління | 14              | 5         |
| <b>Разом</b> |                                       | <b>30</b>       | <b>15</b> |

### 6.3 Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Навчальні досягнення студентів з дисципліни оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Оцінка за кожний змістовий модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, за виконання індивідуальних самостійних завдань, за модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в електронному вигляді або з використанням роздрукованих завдань. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- а) *Методи усного контролю*: робота в малих групах, інтерактивні презентації, індивідуальний контроль, брифінг, дискусія, розгляд проблемних питань, фронтальне (комбіноване) усне опитування, колоквиум, ігрові ситуації, контрольна співбесіда з проблеми модуля, тренінг, підбір власної бібліотеки, складання тез.
- б) *Методи письмового контролю*: вхідні тести, практикум, контрольна робота, розробка графіків, таблиць, схем, діаграм, презентація особистого проекту, міні-диктант з визначення термінів, контрольна робота, творчі (дослідницькі) завдання, підготовка письмових відповідей на проблемні питання.
- в) *Комп'ютерного (дистанційного) контролю*: мережеве навчання, консультаційного форуму, практичних робіт в асинхронному режимі, навчального проекту (моделювання політичного процесу чи явища) в синхронному режимі, хмарні технології, заняття з представленням знань та умінь моделі кореспондентського навчання, проект з залученням SMART-технологій.
- г) *Методи самоконтролю*: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти дисципліни (п. 7), де зазначено види контролю і кількість балів за видами. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано нижче у таблицях.

#### **Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю**

| <b>№</b>               | <b>Вид діяльності</b>   | <b>Кількість балів</b>  |
|------------------------|---|-------------------------|
| 1                      | <i>Усна відповідь на семінарському занятті/<br/>письмова відповідь на практичному занятті</i> | <i>0-10 (разом 100)</i> |
| 2                      | <i>Відвідування лекцій</i>  | <i>0-11 (разом 11)</i>  |
| 3                      | <i>Відвідування семінарських занять</i>   | <i>0-5 (разом 5)</i>    |
| 4                      | <i>Відвідування практичних занять</i>   | <i>0-5 (разом 5)</i>    |
| 5                      | <i>МКР</i>  | <i>0-25 (разом 75)</i>  |
| 6                      | <i>Самостійна робота</i>  | <i>0-5 (разом 15)</i>   |
| <b>Підсумковий бал</b> |   | <b>0-211</b>            |
| <b>Коефіцієнт</b>      |   | <b>0,473</b>            |

#### **6.4 Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.**

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік. Методи письмового контролю: модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування, реферат.
- Комп'ютерного контролю: тестові програми.
- Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- систематичність відвідування занять;
- своєчасність виконання навчальних і індивідуальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних і індивідуальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності;
- виконання тестових завдань.

## 6.5 Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Що таке політичний менеджмент?
2. Зростання ролі політичного менеджменту в сучасних умовах.
3. Види політичного менеджменту.
4. Політичний менеджмент як професія
5. Політичний менеджмент і етичні проблеми.
6. Обґрунтування доцільності існування теорії політичного менеджменту.
7. Об'єкт і предмет теорії політичного менеджменту.
8. Значення теоретичних методів для опису та пояснення політичного менеджменту.
9. Аналітичне конструювання ситуацій.
10. Модель політичного технологічного процесу.
11. Суб'єкт і об'єкт політико-технологічного процесу.
12. Модель політичної взаємодії.
13. Мотивація політичної дії: основні напрямки дослідження.
14. Когнітивна модель мотивації політичної дії.
15. Обмеження і можливості управління мотивацією політичною дією.
16. Основні завдання управління мотивацією в політичному менеджменті.
17. Комунікації в політико-технологічному процесі.
18. Основні завдання управління комунікаційними процесами.
19. Політичний PR.
20. Процеси структуризації у взаємодії суб'єкта та об'єкта політико-технологічного процесу.
21. Основні завдання управління процесами структуризації.
22. Сегментування політичного ринку.
23. Поняття лобізму. Його сутність.
24. Історія розвитку лобізму.
25. Основні суб'єкти лобістської діяльності.
26. Предмет лобіювання. Форми і методи лобіювання
27. Технології організації лобістських кампаній:
28. Класифікація лобістів.
29. Основні параметри організації лобістської діяльності
30. Процедура організації лобістської діяльності
31. Особливості лобізму на пострадянському просторі.
32. Правові засади лобізму. Лобізм і право.
33. Характеристика лобістської діяльності. Професія – лобіст.
34. Перспективи розвитку лобізму.
35. Поняття «імідж». Його роль в політиці.
36. Принципи і прийоми формування іміджу політичного діяча.
37. Загальне та особливе в іміджі організацій та її лідерів.
38. Засадничі психологічні принципи політичного рекламування
39. Імідж як процес політичної комунікації.
40. Створення іміджу політика.
41. Листівка як спосіб актуалізації іміджу. Реклама.

42. Модель виборчої кампанії.
43. Збір інформації.
44. Проблема фінансування виборчої кампанії.
45. Аналіз округу та електорату.
46. Постановка ключових проблем виборчої кампанії.
47. Фактори виборчої кампанії. Аналіз попередніх виборів.
48. Аналіз конкурентів та самоаналіз.
49. Команда. Добровольці.
50. Стратегічне планування кампанії. Тактика. Проблеми графіку та бюджету.
51. Політична реклама. Передвиборча агітація.
52. Гасла кампанії. Зустрічі з виборцями. Кампанії «від дверей до дверей».
53. Контроль за ходом виборів. Підведення підсумків.

## 6.6 Шкала відповідності оцінок

| Оцінка       | Кількість балів |
|--------------|-----------------|
| Відмінно     | 100-90          |
| Дуже добре   | 82-89           |
| Добре        | 75-81           |
| Задовільно   | 69-74           |
| Достатньо    | 60-68           |
| Незадовільно | 0-59            |



## 7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 90 год., із них: лекції – 22 год., семінарські заняття – 10 год., практичні заняття – 10 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 42 год.

| Модулі (назви, бали) | Лекції (теми)  | Лекції (бали)               | Семінарські заняття (теми)     | СЗ (бали) | СР (бали)                              | ІНДЗ (бали) | Поточний контроль (вид, бали) | Підсумковий контроль (вид, бали) |
|----------------------|--|-----------------------------|--------------------------------|-----------|--|-------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Модуль І<br>0-48     | <b>Тема 1.</b> Місце і роль політичного менеджменту в сучасному суспільстві. | 1                           | <b>Семінарське заняття 1.</b>  | 0-11      | Самостійна робота до 1 теми<br>5 балів |             | МКР<br>0-25                   | ЗАЛК                             |
|                      | <b>Тема 2.</b> Політичний менеджмент як теорія і як практика                 | 1                           | <b>Практичне заняття 1</b>     | 0-10      |  |             |                               |                                  |
| Модуль ІІ<br>0-84    | <b>Тема 3.</b> Політичний технологічний процес.                              | 2                           | <b>Семінарське заняття 2.</b>  | 0-11      | Самостійна робота до 2 теми<br>5 балів |             | МКР<br>0-25                   |                                  |
|                      | <b>Тема 4.</b> Управління мотивацією в політико-технологічному процесі..     | 2                           | <b>Семінарське заняття 3.</b>  | 0-11      |  |             |                               |                                  |
|                      |  |                             | <b>Практичне заняття 2.</b>    | 0-10      |  |             |                               |                                  |
|                      | <b>Тема 5.</b> Управління процесами комунікації та структуризації            | 2                           | <b>Семінарське заняття 4.</b>  | 0-11      |  |             |                               |                                  |
|                      |  | <b>Практичне заняття 3.</b> | 0-10                           |           |  |             |                               |                                  |
| Модуль ІІІ<br>0-59   | <b>Тема 6.</b> Технології лобізму як один із видів політичного менеджменту   | 1                           | <b>Семінарське заняття 5..</b> | 0-11      | Самостійна робота до 3 теми<br>5 балів |             | МКР<br>0-25                   |                                  |
|                      |  |                             |                                |           |  |             |                               |                                  |
|                      | <b>Тема 7.</b> Іміджмейкінг як вид політичного менеджменту                   | 1                           | <b>Практичне заняття 4.</b>    | 0-10      |  |             |                               |                                  |
|                      |  |                             |                                |           |  |             |                               |                                  |
|                      | <b>Тема 8.</b> Сучасні технології проведення виборчих кампаній               | 1                           | <b>Практичне заняття 5.</b>    | 0-10      |  |             |                               |                                  |

## 8. Рекомендовані джерела

а) джерела, які наявні у бібліотечних фондах Університету, основна література:

1. Політологія: підручник / За ред. О.В.Бабкіної та ін.. — К.: Академія, 2006. — 568с.
2. Головатий М. Ф. Політичний менеджмент : навчальний посібник / М. Ф. Головатий. — К. : МАУП, 2005. — 264 с.
3. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика : навчальний посібник / Г.Г. Почепцов, С.А. Чукут. — К. : Знання, 2006. — 663 с.
4. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г.Г. Почепцов. — К. : Знання, 2004. — 373 с.
5. Скібіцька Л. І. Конфліктологія : навчальний посібник / Л. І. Скібіцька. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 384 с.

б) додаткова література:

1. Hrebemar R.J. Political Parties, Interest Groups, and Political Campaigns / R.J. Hrebemar, M.J.Burbank, R.C.Benedict. — Boulder: Westview press, — 1999. — 221 p.
2. Voltmer K. Mass Media and Political Communication in New Democracies / K. Voltmer. — N Y.: Routledge, 2006. — 252 p.
3. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство. Юрайт, 2014. — 365 с.
4. Алексєєнко І. Політична участь : Здобутки, проблеми, перспективи // Вісн. УАДУ. — 2000. — №4.— С. 267-274.
5. Андрущенко В. П. Історія соціальної філософії: (Західноєвропейський контекст): Підруч. для студ. вищ. навч. закл / В. П. Андрущенко — К. : Тандем, 2000. — 416 с.
6. Бабосов Е. М. Социология управления: Учеб. пособ. для студ. вузов. — 3-е изд. / Е. М. Бабосов. — Минск : Стереотип, 2002. — 190 с.
7. Білоус А. О. Політико-правові системи: Світ і Україна [Текст] : навч. посібник / А. О. Білоус. - К. : Асоціація молодих українських політологів і політиків, 1997. — 200 с.
8. Головаха Е. И. Демократизация общества и развитие личности: От тоталитаризма к демократии / И Е. И. Головаха, И. Э. Бекешкина, В. С. Небоженко. — К. : Наук. думка, 1992. — 128 с.
9. Кухта Б. Феномен політичного лідера. Історичні силуети на тлі епох / Б. Кухта. - Л. : Кальварія, 2000. — 232 с.
10. Токовенко В. В. Політичне керівництво і державне управління: проблеми взаємовідносин та оптимізація взаємодії: Моногр. / В. В. Токовенко. — К. : Вид-во УАДУ, 2001. — 256 с.
11. Шульга М. Політичний менеджмент / М. Шульга, О. Зубчик. — К. : Академія, 2013. — 160 с.

## 9.2. Методичне забезпечення

На заняттях і під час самостійній роботі студентів використовуються методичні рекомендації щодо вивчення дисципліни, ілюстративні комп'ютерні дидактичні матеріали, які розроблені на кафедрі, а саме:

1. Політичний менеджмент і маркетинг. Робоча навчальна програма. /Укл. Лавриненко Г.А.– К.: Видавництво «Університет» КУ імені Бориса Грінченка, 2019. – 20 с.
2. Опорні конспекти лекцій.
3. Навчальні посібники, підручники, навчально-методичні посібники, методичні рекомендації з курсу «Політичний менеджмент і маркетинг».
4. Плани семінарських занять та завдання для самоконтролю.
5. Роздатковий матеріал у вигляді таблиць, схем, діаграм і графіків.
6. Тексти праць мислителів попередніх поколінь та сучасників, законодавчо-нормативні акти, статистичні дані (наявні у читальній залі та у електронному варіанті).
7. Засоби підсумкового контролю (комп'ютерна програма тестування, комплект друкованих завдань для підсумкового контролю).
8. Перелік тестових і контрольних завдань для тематичного (модульного) оцінювання навчальних досягнень студентів.
9. Презентації.
10. Нормативні акти України, РЄ, ЄС, ООН.

Викладання навчальної дисципліни забезпечується сучасними технічними засобами навчання, які побудовані на новітніх інформаційно-комунікаційних технологіях (мультимедійний комп'ютер, мультимедійний проектор, інтерактивний комплекс SMART Board, авторські засоби мультимедіа).