

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Філософський факультет
Кафедра політології

ПОЛІТИЧНИЙ КОНСАЛТИНГ

Навчально-методичний комплекс дисципліни для студентів

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність 052 Політологія

освітній рівень другий (магістерський)

освітня програма Політологія

вид дисципліни вибіркова

Форма навчання денна

Семестр III

Кількість кредитів ECTS 6

Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Форма заключного контролю залік

Викладачи: *Штельмашенко Анастасія Дмитрівна, к.політ.н., асистент
кафедри політології*

Затверджено науково-методичною комісією (протокол № 9 від 24 лютого 2023 року) та вченою радою філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол №10 від 29 березня 2022 року)

Запропонований навчально-методичний комплекс дисципліни є авторським підходом до висвітлення особливостей політичного консалтингу під час виборчих кампаній, підготовлений для здобувачів освітнього рівня «магістр» за освітньо-науковою програмою «Політологія» в галузі знань 05 «Соціальні і поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія» денної форми навчання. Навчально-методичний комплекс дисципліни розроблений на основі узагальнення власного досвіду викладання та досвіду роботи викладачів кафедри політології філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка та з урахуванням якісних змін у сучасному навчальному процесі, новітніх освітніх технологій, зростаючих вимог до формування професійної культури та компетенцій здобувачів вищої освіти. Програма, плани семінарських занять, завдання для самостійної роботи, викладені у навчально-методичному комплексі, пропонуються як навчально-методичне забезпечення однойменної навчальної дисципліни, яка викладається для здобувачів освіти за вказаною освітньою програмою на філософському факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

ЗМІСТ

ВСТУП (мета, вимоги до вибору навчальної дисципліни, анотація, завдання навчальної дисципліни та заплановані результати навчання, співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання, схема формування оцінки, структура навчальної дисципліни)	4
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ. РОЗПОДІЛ АКАДЕМІЧНОГО ЧАСУ	11
ТЕМАТИЧНО-ЗМІСТОВНА ЧАСТИНА КУРСУ	12
ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	19
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	24
ДОДАТКИ	26
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	30
ПИТАННЯ НА ЗАЛІК	31

ВСТУП

1. **Мета дисципліни** – забезпечення цілісної системи знань про специфіку політичного консультування та моделювання сучасних економічних, політичних і соціокультурних проблем, передбачити небезпеку та ризики, що супроводжують цей процес, вільно орієнтуватися в особливостях моделювання сучасних політичних процесів та явищ.

2. Вимоги до вибору навчальної дисципліни:

1. До початку вивчення цього курсу студенти мають **знати** основні поняття та категорії політології; основні етапи та характеристики політичного прогнозування; основні фактори та чинники, що характеризують стан розвитку держави; характеристики основних методів політологічного аналізу.

2. **Вміти** збирати та інтерпретувати інформацію щодо політичних процесів; застосовувати основні терміни, категорії аналізу соціально-політичних явищ та процесів; виявляти сучасні тенденції трансформації політичних процесів в умовах глобалізації, прогнозувати перспективи їх розвитку з урахуванням особливостей регіонального розвитку;

3. **Володіти елементарними навичками** наукового дослідження та управління інформацією; критичного ставлення та прогнозування стосовно політичних, економічних подій та явищ; використання іншомовних фахових інформативних джерел.

3. Анотація навчальної дисципліни: дисципліна належить до переліку дисциплін вибору ЗВО та викладається у III семестрі магістратури. Навчальна дисципліна знайомить студентів із основами алгоритмами політичного моделювання/ політичного консалтингу та особливостями їхнього використання в сучасних політичних процесах. Визначається предмет, завдання, теоретичні основи, методології, основні напрями та проблематика політичного моделювання та консультування. Розглядається характеристика існуючих у вітчизняній та зарубіжній політичній науці концепцій політичного моделювання та консультування висвітлюються основні напрями критики зазначених концепцій та визначаються основні теоретичні підходи до інтерпретації змісту політичного моделювання/консультування та його основних суб'єктів. Розглядаються концептуальні основи, принципи, методи та технології організації консалтингу в політичній сфері. Опанування навиків організації політичної компанії, створення іміджу політика, консультування під час вироблення політичних рішень в різних сферах суспільного життя. З'ясовуються особливості аналітичного, математичного, імітаційного та статистичного моделювання. Послідовно розглядаються концептуальні засади математичного моделювання в політичній сфері. Пояснюється варіативність розвитку політичного процесу при застосуванні вибраної моделі інформаційних потоків.

4. **Завдання (навчальні цілі)** – надати студентам цілісну систему знань про сучасні алгоритми політичного моделювання/ політичного консультування, основну проблематику, дослідницькі підходи та методології вивчення різноманіття існуючих моделей розвитку політичного процесу. В результаті навчання студенти мають не лише продемонструвати масив теоретичних знань, але й засвоїти та використовувати ці знання у своїх самостійних дослідженнях політичної сфери, вміючи надавати неупереджену експертну оцінку дослідженим явищам та феноменам політичного життя країн сучасного світу.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 2. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.

ЗК 3. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 7. Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.

ФК 1. Усвідомлення природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації.

ФК 2. 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.

ФК 3. Здатність комплексно аналізувати владу та урядування, політичні системи, інститути та режими, політичні процеси та політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

ФК 4. Спроможність комплексно використовувати нормативу та емпіричну політичну теорію, методологію політичних досліджень та прикладного політичного аналізу.

ФК 5. Здатність використовувати широкий спектр концептів і методів для інтерпретації та аналізу політики на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.

ФК 6. Спроможність ефективно виконувати політико-організаційні, експертно-аналітичні та консультативні функції на національному та міжнародному рівні.

ФК 7. Здатність самостійно планувати, організовувати та здійснювати політологічні дослідження з елементами наукової новизни та / або практичної значущості.

ФК 8. Здатність брати продуктивну участь у науковому співробітництві як на національному, так і міжнародному рівнях.

5. Результати навчання:

<i>Результат навчання</i>		<i>Методи викладання і навчання</i>	<i>Методи оцінювання</i>	<i>Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни</i>
Код	Результат навчання			
<i>1</i>	Знати:			
<i>1.1</i>	предмет, завдання, теоретичні основи, методології, основні напрямки та проблематику політичного моделювання/консультування .	Лекція, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії.	5
<i>1.2</i>	характеристику існуючих у вітчизняній та зарубіжній політичній науці концепцій політичного моделювання/консультування	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, презентація самостійного дослідження, дискусії.	4
<i>1.3</i>	теоретичні підходи до інтерпретації змісту політичного моделювання/консультування та його основних суб'єктів	Лекція, самостійна робота	Усні доповіді, презентація самостійного дослідження, дискусії.	5
<i>1.4</i>	особливості аналітичного, математичного, імітаційного та статистичного моделювання	Лекція, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії.	7

1.5	концептуальні засади математичного моделювання в політичній сфері	Лекція, самостійна робота	Усні доповіді, презентація самостійного дослідження.	5
1.6	варіативність розвитку політичного процесу при застосуванні вибраного алгоритму моделювання	Лекція, самостійна робота	Письмова контрольна робота, дискусії.	8
1.7	характеристики моделювання інформаційно - електоральних процесів	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження.	6
2	Вміти:			
2.1	демонструвати знання спеціалізованої літератури із політичного моделювання/консультування	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	3
2.2	пояснювати варіативність сучасних політичних процесів, що впливає із специфіки взаємозв'язку соціальних, економічних, культурних та політичних чинників	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	4
2.3	здійснювати дослідження політичних процесів та явищ, спираючись на методики політичного прогнозування та моделювання	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	5
2.4	здійснювати експертну оцінку мотивів, норм, ціннісних орієнтацій суб'єктів політики в різних соціально-економічних умовах	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження.	8
2.5	виявляти конфлікти цінностей в конкретних ситуаціях, пояснювати їхні причини та пропонувати шляхи їхнього вирішення	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	5
2.6	готувати рекомендації та матеріали для консультацій представникам органів влади щодо можливих	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного	7

	моделей розвитку політичних процесів		дослідження, текст рекомендацій.	
3	Комунікація:			
3.1	використовувати знання іноземних мов для аналізу інформаційних інтернет-ресурсів, читання новітньої літератури в підготовці до семінарських занять та написання самостійних робіт;	Самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	5
3.2	презентувати результати проведених досліджень та здійсненої самостійної роботи у вигляді доповідей, повідомлень, есе, презентацій, конспектів;	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження.	6
3.3	вести полеміку стосовно питань політичного моделювання в умовах глобалізації та міжкультурного діалогу на основі володіння категоріально-поняттєвим апаратом.	Семінар, самостійна робота	Усні доповіді, дискусії.	5
4	Автономність та відповідальність:			
4.1	самостійно шукати та критично опрацьовувати літературу із політичного моделювання/консультування вільно володіти методами обробки, аналізу та синтезу наукової інформації	Самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	3
4.2	вирішувати самостійно комплексні завдання, пов'язанні із верифікацією результатів існуючих оприлюднених досліджень, та порівнювати їх із результатами власне проведених досліджень	Самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження, текст рекомендацій.	4
4.3	нести відповідальність за достовірність та політико-ідеологічну незаангажованість проведених досліджень і пояснень особливостей моделювання політичних процесів	Самостійна робота	Усні доповіді, дискусії, презентація самостійного дослідження.	5

Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3
1. Застосовувати для розв'язування складних задач політології розуміння природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації, особливостей реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту.	+	+	+		+	+	+	+											
2. 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.	+	+	+			+	+	+	+	+						+			
4. 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.				+	+	+	+	+	+	+	+	+							
5. Планувати, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт відповідно до встановлених вимог.													+	+	+		+	+	+
6. Критично осмислювати принципи здійснення влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, світової політики та політики окремих країн та регіонів.					+	+	+	+	+	+	+	+				+			
9. Конструювати дизайн, планувати і виконувати наукові дослідження з використанням якісних і кількісних методів та спеціалізованого інструментарію політичної науки, у тому числі формулювати і перевіряти гіпотези, інтерпретувати дані, обґрунтовувати висновки.													+	+	+		+	+	+

7. Схема формування оцінки:

7.1. Форми оцінювання

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (знання 1.1 – 1.7), що складає 40% від загальної оцінки та **оцінювання практичної підготовки** – результати навчання (вміння 2.1-2.6); (комунікація 3.1-3.3); (автономність та відповідальність 4.1-4.3), що складає 60% загальної оцінки.

Оцінювання семестрової роботи:

1. **Усна доповідь, доповнення та участь в дискусіях на семінарах:** РН 1.1, 1.2, 1.4, 2.1, 2.3, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2 – 24 / 40 балів.
2. **Самостійна робота 1. («Розробка циклу аналізу політики»):** РН 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2 – 12 / 20 балів.
3. **Самостійна робота 2. («Розробка власної партії з програмою і стратегією»)** РН 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2 – 12 / 20 балів.

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка за семестр складається із балів, отриманих за аудиторну роботу (усні доповіді, доповнення та участь в дискусіях на семінарах) та за самостійні роботи (розробка циклу аналізу політики).

Всі види робіт за семестр мають у підсумку:

- в максимальному вимірі 80 балів
- в мінімальному вимірі 48 балів

У разі відсутності на семінарському занятті студент має відпрацювати завдання на семінар в письмовій формі.

Підсумкова контрольна робота в письмовій формі - РН 1.1, 1.2, 1.4, 2.2 – 12 / 20 балів.

Підсумкове оцінювання у формі заліку:

Підсумкова кількість балів з дисципліни (максимум 100 балів) визначається як сума балів за систематичну роботу впродовж семестру з урахуванням підсумкових контрольних робіт. Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання.

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів, ніж критичний мінімум – 60 балів, для одержання заліку необхідно обов'язково відпрацювати пропущені теми в письмовій формі та здати/надіслати електронною поштою викладачу, що проводить заняття.

Таким чином, підсумкова оцінка з дисципліни (мінімум 60, максимум 100 балів) складається із суми кількості балів за семестрову роботу (мінімум 48, максимум 80 балів) та підсумкових контрольних робіт (мінімум 12, максимум 20 балів).

При простому розрахунку отримуємо:

	Семестрова кількість балів	Підсумкові контрольні роботи	Підсумкова оцінка з дисципліни
Мінімум	48	12	60
Максимум	80	20	100

7.2 Організація оцінювання:

Семестрова робота		Семестрова кількість балів	
		Min – 48 бали	Max – 80 балів
Аудиторна робота:	усна доповідь на семінарі, доповнення, участь в дискусіях	«4» x 6 = 24	«5» x 8 = 40

Самостійна робота	Розробка циклу аналізу політики	«12» x 1 = 12	«20» x 1 = 20
Самостійна робота	Розробка власної партії з програмою і стратегією	«12» x 1 = 12	«20» x 1 = 20
Контрольна робота 1	. Політичне консультування	«6» x 1 = 6	«10» x 1 = 10
Підсумкова контрольна робота 2	Політичне консультування	«6» x 1 = 6	«10» x 1 = 10
Підсумкова оцінка з дисципліни		60	100

Критерії оцінювання:

Усна відповідь:

5 балів – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов’язкову та додаткову літературу.

4 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, не спирається на необхідну навчальну літературу. Має у відповіді неточності.

Доповнення / дискусія:

2-3 бали – доповнення змістовне, ґрунтовне, конструктивно доповнює обговорення теми,

1 бал – доповнення містить інформацію, що суттєво не розширює дискусію.

Самостійна робота 1:

18-20 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, правильно інтерпретує отримані результати, використовує обов’язкову та додаткову літературу, демонструє самостійність, достовірність, незаангажованість здійсненого дослідження / підсумкової контрольної роботи

17-12 балів - студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов’язкову літературу, демонструє самостійність та достовірність проведеного дослідження / підсумкової контрольної роботи. Допускаються несуттєві неточності

Контрольна робота №1, контрольна робота №2:

9-10 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, правильно інтерпретує отримані результати, використовує обов’язкову та додаткову літературу.

7-8 балів - студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання. Допускаються несуттєві неточності

6 балів - в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань, не спирається на необхідну навчальну літературу, робота містить суттєві неточності.

7.3. Шкала відповідності:

Зараховано /Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

№ п/п	Назва лекції	Кількість годин		
		лекції	семінари	С/Р
Частина 2.				
1.	Тема 1. Політичний консалтинг. Теорія та історія становлення політичного консалтингу	1	1	10
2.	Тема 2. Методологічні принципи політичного консалтингу як особливої форми аналізу політичного життя.	2	2	10
3.	Тема 3. Аналітичні методи у технологіях виборчої кампанії	2	2	7
4.	Тема 4. Позиціонування і моделювання виборчих кампаній. Стратегічне планування.	2	1	7
5.	Контрольна робота №1		1	
6.	Тема 5. Тактика ведення виборчої кампанії.	2	1	10
7.	Тема 6. Основні технології політичного консалтингу під час парламентських виборів в Україні.	2	2	10
8.	Тема 7. Особливості та структура формування партії на час виборчої кампанії	2	1	10
9.	Підсумкова контрольна робота		2	
	ВСЬОГО	13	13	64

Загальний обсяг **90 год.**, в тому числі:

Лекцій – **13 год.**

Семінари – **13 год.**

Самостійна робота - **64 год.**

ТЕМАТИЧНО-ЗМІСТОВНА ЧАСТИНА КУРСУ

Лекції

ТЕМА 1. Політичний консалтинг. Теорія та історія становлення політичного консалтингу

Мета заняття: визначення коло проблем, пов'язаних з тлумаченням поняття політичного консалтингу та його історії становлення.

Структура та базові проблеми курсу. Основні поняття. Актуальність політичного консалтингу. Визначення політичного консалтингу. Політичний консалтинг як об'єкт дослідження. Теоретичний погляд на природу, сутність і розвиток політичного консалтингу. Історичні етапи розвитку політичного консалтингу як науки та практики управління політичними ситуаціями. Розвиток поглядів на політичний консалтинг. Місце та роль політичного консалтингу в сучасних політичних відносинах, у тому числі у виборчих процесах. Політичний консалтинг в Україні: становлення та сучасний стан розвитку

Література:

1. Бай С. І., Миколайчук І. П., Ціпуринда В. С. Консалтинг : навч. посіб. / С. І. Бай, І. П. Миколайчук, В. С. Ціпуринда. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 432 с
2. Нино Томашек. Системний коучинг: Целеориентированный подход в консультировании / Пер. с нем. Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2008. 176 с. Р. 3, 4. С. 49-113.
3. Свирид З. Витоки, сутність та основні підходи до визначення політичного консультування на сучасному етапі // Укр.національна ідея в реалії та перспективи розвитку. – Випуск 24, 2012. – С.36-61.
4. Свирид З. В. Типологія та функції політичного консалтингу. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2014. № 1111. С. 123-130.
5. Управлінський консалтинг : підручник / [М. Ф. Безкровний, М. Ф. Кропивко, Ю. І. Палеха, Т. Д. Іщенко]. – К. : Видавництво Ліра-К, 2015. – 336 с.

ТЕМА 2. Методологічні принципи політичного консалтингу як особливої форми аналізу політичного життя.

Мета заняття: розкрити основні принципи політичного консалтингу як особливої форми аналізу політичного життя.

Підходи до визначення політичного консалтингу. Види та жанри політичного консалтингу. Теоретичні та практичні методи політичного консалтингу в системі суспільно-політичних відносин. Джерела та класифікація методів політичного консалтингу як під час виборчих процесів, так і поза ними. Структура та динаміка розвитку політичних виборчих ситуацій. Технології проведення виборчих кампаній. Проведення прикладних досліджень. Методологія проведення прикладних досліджень. Основні форми дослідження громадської думки.

Література:

1. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії : ресурси, технології, маркетинг / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2001. – 216 с.
2. Шведа Ю. Вибори від А до Я [Текст] : настіл. кн. менеджера виборчої кампанії / Ю. Шведа. – Львів : Астролябія, 2015. – 383 с.
3. Medvic S. The Effectiveness of the Political Consultant as a Campaign Resource / S. Medvic // PS: Political Science and Politics. – Vol. 31. – 1998. – № 2. – pp. 150–154. 21.
4. Sabato L. The rise of political consultants: New Ways of Winning Elections / L. Sabato – New York: Basic Books, 1981. – Pp. 165–166

ТЕМА 3. Аналітичні методи у технологіях виборчої кампанії

Мета заняття: визначити основні аналітичні методи та технології під час виборчих кампаній.

Якісний аналіз електорального поля. Визначення основних тенденцій розвитку процесів у суспільстві та можливостей управління ними. Ключові проблеми регіону. Виборча історія округу. Джерела інформації про виборчу історію. Аналіз авторитетних думок. Методи збору інформації. Вимір стану політичної ситуації та напруженості. Джерела інформації про політичний об'єкт. Впливи на виборчу кампанію. Керовані та некеровані впливи на виборчу ситуацію. Динаміка змін та їх вплив на ведення кампанії. Критерії аналізу особистості кандидата. Аналіз конкурентів у виборчій кампанії. Прогнозування поведінки виборців.

Література:

1. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії. Ресурси. Технології. Маркетинг.- К., 2001.
2. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. Соціопсихологія і технологія політичної боротьби.- К., 1993, Розділ 4. Підготовка до виборів, с. 67-87, Розділ 5. Виборча кампанія, с. 87-99.
3. Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні.- Львів, 2009, Розділ 1. Ресурси виборчої кампанії як елемент виборчого процесу, с. 6-55.
4. Варій М. Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: Навчально-методичний посібник.- К., 2003, Сучасні підходи і принципи організації та проведення передвиборчих і виборчих кампаній, с. 10-18., Організаційно-структурні основи передвиборних і виборчих кампаній, с. 233-241, Ресурси кампанії, с. 258-264.
5. Варій М. Основи політико-психологічних передвиборчих і виборчих технологій // http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppp/2008_8/02%20%20Variy.html
6. Горбатенко В.П. Прикладна політологія. Навчальний посібник.- К., 2008.
7. Горбатенко С. В. Політичне консультування. Прикладна політологія: навч. посіб. / За ред.. В. П. Горбатенка. К. : ВЦ «Академія», 2008. 472 с. Розд.3.4. С. 438- 453.
8. Дзюбенко Ю.М. Формування політичного консалтингу в Україні: особливості та перспективи. Актуальні проблеми політики. 2018. Вип. 62. ст. 199-205.
9. Пойченко А. М. Політика: теорія і технології діяльності.- К., 1996.
10. Соколенко В. А., Лінькова О. Ю. Основи управлінського консультування: навч.-метод. посіб. Харків: НТУ «ХПІ». 2018. 216 с. Тема 1-2. С. 5-41.
11. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / Кер. авт. колект. В. В. Лісничий.- К., 2004, Стратегія використання ресурсної бази та послідовності дій, с. 87-91, Вдалий старт та переможний фініш, с. 123-134.
12. Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства: Навчальний посібник.- К., 2006, Передвиборчі кампанії, с. 101-133.
13. Шведа Ю. Вибори від А до Я [Текст] : настіл. кн. менеджера виборчої кампанії / Ю. Шведа. – Львів : Астролябія, 2015. – 383 с.
14. Шлях до перемоги. Технологія виборчої кампанії / Упорядники І. Кучерів, С. Одарич.- К., 1993.

ТЕМА 4. Позиціонування і моделювання виборчих кампаній. Стратегічне планування.

Мета заняття: визначити основи позиціонування та моделювання в стратегії виборчої кампанії.

Місце виборчих кампаній у політичному житті держави. Структура та пріоритети виборчих кампаній. Стратегічне планування кампанії: постановка цілей, підходи до формування. Проблема активності виборців. Конфігурація кампанії, установка та адресна група. Позитивний образ кандидата. Пряме та непряме розширення позитивного образу. Антиобраз. Підходи до формування команди. Основні критерії підбору та формування команди. Підходи до структури та функцій команди. Визначення ресурсів та умов роботи. Алгоритм роботи з добровольцями. Методи прийняття рішень у команді..

Література:

1. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. Соціопсихологія і технологія політичної боротьби.- К., 1993, Розділ 4. Підготовка до виборів, с. 67-87, Розділ 5. Виборча кампанія, с. 87-99.
2. Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні.- Львів, 2009, Розділ 1. Ресурси виборчої кампанії як елемент виборчого процесу, с. 6-55.
3. Горбатенко С. В. Політичне консультування. Прикладна політологія: навч. посіб. / За ред.. В. П. Горбатенка. К. : ВЦ «Академія», 2008. 472 с. Розд.3.4. С. 438- 453.

ТЕМА 5. Тактика ведення виборчої кампанії.

Мета заняття: розглянути основні складові тактики під час виборчої кампанії.

Визначення тактики виборчої кампанії. Основні складові тактики. Напрями забезпечення виборчої кампанії. Робота над іміджем кандидата. Фірмовий стиль та установочний пакет кампанії. Реклама у засобах масової інформації. Типологія засобів масової інформації. Визначення пріоритетності ЗМІ для кампанії. Медіапланування. Зовнішня реклама та її особливості. Робота консалтингових агенств з формування команди агітаторів. Технологія «від дверей до дверей» як забезпечення організаційномасового напрямку у виборчих

кампаніях. Організація та проведення зустрічей з виборцями. Масові заходи у виборчих кампаніях. Особливості проведення кампанії на кінцевому етапі.

Література:

1. 10 секретів політичних кампаній - IRI Ukraine - Режим доступу: <https://iri.org.ua/sites/default/files/resources/10%20%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%96%D0%B2%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B9.pdf>
2. Що таке SERM і як працює управління репутацією в інтернеті - Режим доступу: <https://web-promo.ua/ua/blog/chto-takoe-serm-i-kak-rabotaet-upravlenie-reputacziej-v-inter-nete/>
3. Перемога на виборах: технології, кампанії, принципи - Режим доступу: <https://iri.org.ua/sites/default/files/resources/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%B3%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%85.%20%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97%2C%20%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%97%2C%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%B8.pdf>
4. Як створити фірмовий стиль компанії? - Bazarmedia - Режим доступу: <https://bazarmedia.info/2022/08/23/d58njn8en8/>
5. Макарьчук, О. Г. "ПРИХОВАНА ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА В УКРАЇНСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЕЛЕКТОРАЛЬНУ ПОВЕДІНКУ." Publishing House "Baltija Publishing" (2021). - Режим доступу: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/155/4625/9723-1>
6. КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ ПІД ЧАС ВИБОРІВ ДЕПУТАТІВ ПАРЛАМЕНТУ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКА ПРАКТИКА - Режим доступу: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/41373>
7. Політична зовнішня реклама-2014: війна за бренди - Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/articles/5323/2014-10-17/politicheskaya-naruzhnaya-reklama-2014-vojna-za-brendy.html>
8. Особливість нинішньої виборчої кампанії до ВР - концерти на підтримку політсил - Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-conference/596202.html>

ТЕМА 6. Основні технології політичного консалтингу під час парламентських виборів в Україні.

Мета заняття: розглянути основні технології застосування політичним консалтингом під час парламентських виборів в Україні.

Поняття виборчих технологій. Базові технології маніпулювання суспільною свідомістю за допомогою засобів масової інформації. Інформаційні технології. Застосування політичних технологій при різних виборчих системах. Розгляд основних партій які приймали участь у виборах та їх ідеологічна направленість.

Література:

1. Біденко А. Політична реклама поза зоною свідомості / А. Біденко // Людина і політика. – 2004. – № 4. – С. 55–64.
2. Ганжуров Ю. Політична реклама чи політична пропаганда / Ю. Ганжуров // Віче. – 2004. – № 9. – С. 16–21.
3. Головаха Є. Соціальні зміни в Україні : пострадянська деінституціоналізація і особливості становлення нових соціальних інститутів / Є. Головаха, Н. Паніна // Політична думка. – 2001. – № 4. – С. 3–24.
4. Єхніч А. Електоральний простір : поняття, сутність, структура / А. Єхніч // Віче. – 2008. – № 4. – С. 20–22.
5. Закон України «Про вибори народних депутатів України».
6. Королько В. Передвиборча комунікативно-агітаційна кампанія : політичний феномен, структура, функції / В. Королько // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1.
7. Полторак В. Політичний маркетинг і організація виборчої кампанії / В. Полторак // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 61–79.
8. Фурашев В.М., Самчинська О.А. Маніпуляції свідомістю людини як основний спосіб ведення передвиборчих кампаній. Інформація і право. № 3(30)/2019. С. 119-125.
9. Юрченко Є. Стратегії електорального циклу у виборчих технологіях / Є. Юрченко // Держава і політика. – 2008. – № 39. – С. 733–736

ТЕМА 7. Особливості та структура формування партії на час виборчої кампанії

Мета заняття: розглянути особливості та структуру формування політичної партії в Україні.

Особливості формування політичних партій в Україні за законом про вибори. Створення основних пунктів програми партії на основі проблем регіону. Створення цілей та завдань програми які відповідають потребам регіону. Шляхи досягнення цілей та завдань програми спираючись на ідеологію партії. Створення символіки партії як основа впізнаваності партії.

Література:

1. Королько В. Передвиборча комунікативно-агітаційна кампанія : політичний феномен, структура, функції / В. Королько // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1.
2. Полторак В. Політичний маркетинг і організація виборчої кампанії / В. Полторак // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 61–79.
3. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов. – Киев, 1997. – 140 с

Завдання на семінари

Тема 1. Визначення та історія становлення політичного консультивання. (1 год.)

1. Історичні етапи розвитку політичного консультингу.
2. Місце та роль політичного консультингу в сучасних політичних відносинах.
3. Політичний консультинг в Україні: становлення та сучасний стан розвитку.

Рекомендована література.

6. Бай С. І., Миколайчук І. П., Ціпуринда В. С. Консультинг : навч. посіб. / С. І. Бай, І. П. Миколайчук, В. С. Ціпуринда. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 432 с
7. Нино Томашек. Системний коучинг: Целеориентированный подход в консультировании / Пер. с нем. Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2008. 176 с. Р. 3, 4. С. 49-113.
8. Свирид З. Витоки, сутність та основні підходи до визначення політичного консультивання на сучасному етапі // Укр.національна ідея⁶ реалії та перспективи розвитку. – Випуск 24, 2012. – С.36-61.
9. Свирид З. В. Типологія та функції політичного консультингу. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2014. № 1111. С. 123-130.
10. Управлінський консультинг : підручник / [М. Ф. Безкровний, М. Ф. Кропивко, Ю. І. Палеха, Т. Д. Іщенко]. – К. : Видавництво Ліра-К, 2015. – 336 с.

Тема 2. Методологічні принципи політичного консультингу як особливої форми аналізу політичного життя. (2 год.)

1. Типологізація політичного консультингу.
2. Навички ефективного консультианта. Відповідальність консультиантів.
3. Теоретичні та практичні методи політичного консультингу в системі політичних відносин.
4. Методологія проведення прикладних досліджень.

Завдання за допомогою фільму дати відповіді на дані питання

Перегляд фільму про виборчі кампанії

Перелік фільмів:

- «Перерахунок»
- «Наш бренд- Криза»
- «Брекзїт: негромадська війна»
- «Кандидат»
- «Гра змінилася»

Фільм розібрати за схемою, яка подана в додатку 1. Ділитесь на групи і обираєте фільм.

Рекомендована література.

5. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії : ресурси, технології, маркетинг / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2001. – 216 с.
6. Шведа Ю. Вибори від А до Я [Текст] : настіл. кн. менеджера виборчої кампанії / Ю. Шведа. – Львів : Астролябія, 2015. – 383 с.
7. Resource / S. Medvic // PS: Political Science and Politics. – Vol. 31. – 1998. – № 2. – pp. 150–154. 21.
8. Sabato L. The rise of political consultants: New Ways of Winning Elections / L. Sabato – New York: Basic Books, 1981. – Pp. 165–166

Тема 3. Аналітичні методи у технологіях виборчої кампанії. (2 год.)

1. Аналіз електорального поля. Методи збору інформації.
2. Аналіз виборчої історії округу.
3. Керовані та некеровані впливи на виборчу ситуацію.
4. Критерії аналізу особистості кандидата та конкурентів у виборчій кампанії.

Рекомендована література.

15. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії. Ресурси. Технології. Маркетинг.- К., 2001.
16. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. Соціопсихологія і технологія політичної боротьби.- К., 1993, Розділ 4. Підготовка до виборів, с. 67-87, Розділ 5. Виборча кампанія, с. 87-99.
17. Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні.- Львів, 2009, Розділ 1. Ресурси виборчої кампанії як елемент виборчого процесу, с. 6-55.
18. Варій М. Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: Навчально-методичний посібник.- К., 2003, Сучасні підходи і принципи організації та проведення передвиборчих і виборчих кампаній, с. 10-18., Організаційно-структурні основи передвиборних і виборчих кампаній, с. 233-241, Ресурси кампанії, с. 258-264.
19. Варій М. Основи політико-психологічних передвиборчих і виборчих технологій // http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ppp/2008_8/02%20%20Variy.html
20. Горбатенко В.П. Прикладна політологія. Навчальний посібник.- К., 2008.
21. Горбатенко С. В. Політичне консультування. Прикладна політологія: навч. посіб. / За ред.. В. П. Горбатенка. К. : ВЦ «Академія», 2008. 472 с. Розд.3.4. С. 438- 453.
22. Дзюбенко Ю.М. Формування політичного консалтингу в Україні: особливості та перспективи. Актуальні проблеми політики. 2018. Вип. 62. ст. 199-205.
23. Пойченко А. М. Політика: теорія і технології діяльності.- К., 1996.
24. Соколенко В. А., Лінькова О. Ю. Основи управлінського консультування: навч.-метод. посіб. Харків: НТУ «ХПІ». 2018. 216 с. Тема 1-2. С. 5-41.
25. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / Кер. авт. колект. В. В. Лісничий.- К., 2004, Стратегія використання ресурсної бази та

послідовності дій, с. 87-91, Вдалий старт та переможний фініш, с. 123-134.

- 26.Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства: Навчальний посібник.- К., 2006, Передвиборчі кампанії, , с. 101-133.
- 27.Шведа Ю. Вибори від А до Я [Текст] : настіл. кн. менеджера виборчої кампанії / Ю. Шведа. – Львів : Астролябія, 2015. – 383 с.
- 28.Шлях до перемоги. Технологія виборчої кампанії / Упорядники І. Кучерів, С. Одарич.- К., 1993.

Тема 4. Позиціонування і моделювання виборчих кампаній. Стратегічне планування (2 год.)

1. Структура та пріоритети виборчих кампаній.
2. Підходи до формування стратегії виборчої кампанії. Конфігурація кампанії, установка, адресна група.
3. Розширення позитивного образу кандидата.
4. Робота з антиобразом кандидата.
5. Структура та функції команди кандидата.
6. Методи прийняття рішень в команді.

Завдання.

На прикладі виборчих кампаній дати відповіді на питання семінару.

Також враховуючи такі аспекти виборчих кампаній в зарубіжних державах.

- які особливості виборчої системи (країни яку досліджуєте);
- основне гасло кампанії;
- основний сегмент виборців на кого була спрямована основна програма кандидата при формуванні образу кандидата;
- які основні проблеми були підняті в програмі кандидатом;
- ідеологічна спрямованість кандидата.

1. Особливості президентської виборчої кампанії в США.
 - 1.1. Президентські вибори в США 2004 року.
 - 1.2. Президентські вибори в США 2008 року.
 - 1.3. Президентські вибори в США 2016 року.
2. Особливості президентської виборчої кампанії Французької Республіки.
 - 2.1. Президентські вибори у Франції 2008 року.
 - 2.2. Президентські вибори у Франції 2012 року.
 - 2.3. Президентські вибори у Франції 2017 року.

Рекомендована література.

4. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі.Соціопсихологія і технологія політичної боротьби.- К., 1993, Розділ 4. Підготовка до виборів, с. 67-87, Розділ 5. Виборча кампанія, с. 87-99.

5. Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні.- Львів, 2009, Розділ 1. Ресурси виборчої кампанії як елемент виборчого процесу, с. 6-55.
6. Горбатенко С. В. Політичне консультування. Прикладна політологія: навч. посіб. / За ред.. В. П. Горбатенка. К. : ВЦ «Академія», 2008. 472 с. Розд.3.4. С. 438- 453.

Тема 5. Тактика ведення виборчої кампанії (2 год.).

1. Тактичне забезпечення виборчої кампанії. Основні складові тактики.
 2. Фірмовий стиль та установочний пакет кампанії.
 3. Пряма та непряма реклама в засобах масової інформації. Медіа-планування.
 4. Зовнішня реклама у виборчій кампанії.
 5. Робота з агітаторами: загальні принципи та правила.
 6. Забезпечення організаційно-масового напрямку у виборчих кампаніях.
 7. Масові заходи. Організація та проведення зустрічей з виборцями.
- Відповідати на питання на прикладі президентських виборчих кампаній в Україні.
1. Особливості президентської виборчої кампанії в Україні.
 - 1.1. Президентські вибори в Україні 2004 року.
 - 1.2. Президентські вибори в Україні 2014 року.
 - 1.3. Президентські вибори в Україні 2019 року.

Рекомендована література

1. Шведа Ю. Вибори від А до Я [Текст] : настіл. кн. менеджера виборчої кампанії / Ю. Шведа. – Львів : Астролябія, 2015. – 383 с.

Тема 6. Основні технології політичного консалтингу під час парламентських виборів в Україні. (2 год.)

1. Парламентські вибори в Україні 1994 р., 1998 р.
2. Парламентські вибори в Україні 2002 р. , 2006 р.(2007 р. позачергові)
3. Парламентські вибори в Україні 2012 р, 2014 р.
4. Парламентські вибори в Україні 2019 р.

Схема аналізу надана в додатку 2.

Рекомендована література

10. Біденко А. Політична реклама поза зоною свідомості / А. Біденко // Людина і політика. – 2004. – № 4. – С. 55–64.
11. Ганжуров Ю. Політична реклама чи політична пропаганда / Ю. Ганжуров // Віче. – 2004. – № 9. – С. 16–21.
12. Головаха Є. Соціальні зміни в Україні : пострадянська деінституціоналізація і особливості становлення нових соціальних інститутів / Є. Головаха, Н. Паніна // Політична думка. – 2001. – № 4. – С. 3–24.

13. Єхніч А. Електоральний простір : поняття, сутність, структура / А. Єхніч // Віче. – 2008. – № 4. – С. 20–22.
14. Закон України «Про вибори народних депутатів України».
15. Королько В. Передвиборча комунікативно-агітаційна кампанія : політичний феномен, структура, функції / В. Королько // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1.
16. Полторак В. Політичний маркетинг і організація виборчої кампанії / В. Полторак // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 61–79.
17. Фурашев В.М., Самчинська О.А. Маніпуляції свідомістю людини як основний спосіб ведення передвиборчих кампаній. Інформація і право. № 3(30)/2019. С. 119-125.
18. Юрченко Є. Стратегії електорального циклу у виборчих технологіях / Є. Юрченко // Держава і політика. – 2008. – № 39. – С. 733–736

Тема 7. Особливості та структура формування партії на час виборчої кампанії. (1 год.)

1. Особливості формування політичних партій.
2. Створення основних пунктів програми партії.
3. Створення цілей та завдань програми.
4. Шляхи досягнення цілей та завдань програми.
5. Створення символіки партії.

Роз'яснення в додатку 3.

Рекомендована література

4. Королько В. Передвиборча комунікативно-агітаційна кампанія : політичний феномен, структура, функції / В. Королько // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1.
5. Полторак В. Політичний маркетинг і організація виборчої кампанії / В. Полторак // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 61–79.
6. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов. – Киев, 1997. – 140 с

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ:

Основна:

1. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії. Ресурси. Технології. Маркетинг.- К., 2001.
2. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі. Соціопсихологія і технологія політичної боротьби.- К., 1993, Розділ 4. Підготовка до виборів, с. 67-87, Розділ 5. Виборча кампанія, с. 87-99.
3. Бучин М. А. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні.- Львів, 2009, Розділ 1. Ресурси виборчої кампанії як елемент виборчого процесу, с. 6-55.

4. Варій М. Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: Навчально-методичний посібник.- К., 2003, Сучасні підходи і принципи організації та проведення передвиборчих і виборчих кампаній, с. 10-18., Організаційно-структурні основи передвиборчих і виборчих кампаній, с. 233-241, Ресурси кампанії, с. 258-264.
5. Варій М. Основи політико-психологічних передвиборчих і виборчих технологій // http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ppp/2008_8/02%20%20Variy.html
6. Горбатенко В.П. Прикладна політологія. Навчальний посібник.- К., 2008.
7. Горбатенко С. В. Політичне консультування. Прикладна політологія: навч. посіб. / За ред.. В. П. Горбатенка. К. : ВЦ «Академія», 2008. 472 с. Розд.3.4. С. 438- 453.
8. Дзюбенко Ю.М. Формування політичного консалтингу в Україні: особливості та перспективи. Актуальні проблеми політики. 2018. Вип. 62. ст. 199-205.
9. Пойченко А. М. Політика: теорія і технології діяльності.- К., 1996.
10. Соколенко В. А., Лінькова О. Ю. Основи управлінського консультування: навч.-метод. посіб. Харків: НТУ «ХПІ». 2018. 216 с. Тема 1-2. С. 5-41.
11. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / Кер. авт. колект. В. В. Лісничий.- К., 2004, Стратегія використання ресурсної бази та послідовності дій, с. 87-91, Вдалиий старт та переможний фініш, с. 123-134.
12. Свирид З. В. Типологія та функції політичного консалтингу. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2014. № 1111. С. 123-130.
- 13.Хімченко О. Г. Політичні партії і виборчий процес в умовах розбудови демократичного суспільства: Навчальний посібник.- К., 2006, Передвиборчі кампанії, , с. 101-133.
- 14.Шлях до перемоги. Технологія виборчої кампанії / Упорядники І. Кучерів, С. Одарич.- К., 1993.

Додаткова:

1. Королько В. Передвиборча комунікативно-агітаційна кампанія : політичний феномен, структура, функції / В. Королько // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1.
2. Полторак В. Політичний маркетинг і організація виборчої кампанії / В. Полторак // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 61–79.
3. Почепцов Г. Г. Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов. – Киев, 1997. – 140 с.
4. Свирид З. Витоки, сутність та основні підходи до визначення політичного консультування на сучасному етапі // Укр.національна ідея реалії та перспективи розвитку. – Випуск 24, 2012. – С.36-61.
5. Хомич Г.О., Ткач Р.М. основи психологічного консультування: Навч.посіб. – К.: МАУП. 2004. – 152 с.

Передпроектна стадія	ПІДГОТОВКА	Зустріч політтехнолога Конрада Бріна з командою президента США у Білому Домі.
		Попереднє обговорення проблеми: обвинувачення президента США у сексуальних домаганнях до неповнолітньої дівчини і як висновок — падіння рейтингу президента за два тижні до чергових виборів.
		Планування завдань для підвищення президентського рейтингу. Бюджет кампанії з “відбілювання”(підняття рейтингу): 30 тисяч доларів.
		<i>Пункт з прямим укладанням контракту між клієнтом та консультантом був пропущений.</i>
Проектна стадія	ДІАГНОСТИКА	Аналіз інформаційного поля, яке одразу ж заповнили повідомлення ЗМІ про домагання президента до неповнолітньої дівчини. Детальне обговорення скандалу за рахунок якого свій рейтинг підвищував прямий конкурент президента на виборах.
	ПЛАНУВАННЯ РІШЕНЬ	Розроблення рішень: вигадка про нібито війну з Албанією для відведення уваги ЗМІ та суспільства від секс-скандалу. Аргумент: про Албанію ніхто нічого не знає, отже, суспільство буде вірити інформації від представників Білого Дому та ЗМІ. Перше рішення — відкладення повернення президента із Китаю в США. Зустріч з голлівудським продюсером Стенлі Мотсом, який може допомогти зі сценарієм «війни з Албанією».

	ВПРОВАДЖЕННЯ	Розробка сценарію події у війні з Албанією та приблизний сценарії повідомлень у ЗМІ: ● Повідомлення про невідомий бомбардувальник; ● Об'ява прес-секретаря про військовий конфлікт з Албанією; ● Загроза албанської терористичної групи на кордоні з Канадою; ● Відеоролик з американською дівчиною, яка тікає від терористів, тримаючи в руках кошеня; ● Запис пісні для підняття духу патріотизму в американців; Реалізація: ● Повідомлення про загрозу та військовий конфлікт з Албанією прес-секретарем Білого Дому; ● Повідомлення про існування секретного підрозділу «303»; ● Зйомка, монтаж та викладення ролику з дівчиною, яка нібито тікає та ховається від албанських терористів; ● <i>Вихід з критичної ситуації №1:</i> розмова та переконання працівників ЦРУ в існуванні американсько-албанського конфлікту. ● <i>Вихід з критичної ситуації №2:</i> після оприлюднення іншим кандидатом доказів ЦРУ про неможливість воєнного конфлікту з Албанією, президент оголошує про завершення воєнних дій. Але додає, що один з американських солдатів залишився у полоні терористів. ● Створення повідомлення про нібито полон американського солдата. За сприяння Пентагону пошук «полоненого солдата», чиє прізвище буде співзвучним з прізвищем «Старий чобіток»; ● Запуск та поширення серед населення акції «Старий чобіток»; ● Запис та поширення пісні про «Старий чобіток», додавання пісні в нібито архів аби викликати почуття чогось добре знайомого; ● <i>Вихід з критичної ситуації №3:</i> після раптової загибелі чоловіка, який грав американського солдата — переробка плану — інсценування поховання американського солдата зі всіма почестями. Оцінювання результатів проекту: різке підвищення рейтингу чинного президента, підвищення духу патріотизму у населення.
--	--------------	---

		Остаточне завершення проекту: ліквідація головного ньюзмейкера, який мав намір розповісти правду на широкий загал для отримання слави (вбивство Стенлі Мотса). Повідомлення про його смерть від нібито інфаркту.
Післяпроектна стадія	ЗАВЕРШЕННЯ	Обрання чинного президента США на другий строк.

Схема аналізу:

1. Зазначте виборчу систему за якою проводили вибори (посилаючись на закон про вибори);
2. Кількість партій, які приймали участь у виборах;
3. Зазначте ідеологічну направленість партій, які приймали участь виборах;
4. Зазначте недоліки української виборчої системи;
5. Яка виборча система, на вашу думку є найбільш придатною для України?

Самостійна робота

Дане завдання передбачає групове виконання. Ви створюєте або дієте у вже сформованих раніше невеличких групах 3-4 чол.

Створюєте програму партії, де має бути зазначено цілі, завдання, а також шляхи їх досягнення. Програма має містити до 10 завдань та цілей, а також коротко зазначте шляхи їх досягнення.

По можливості можете створити символіку своєї партії. Це може бути колір, з яким буде асоціюватися партія, знак чи символ партії.

Формат виконання у вигляді презентації

Посилання на Закон України "Про політичні партії в Україні"
<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14>.

Питання до контрольної роботи №1

1. Поняття політичного консультування.
2. Суб'єкт, об'єкт та функції політичного консультування.
3. Виникнення політичного консультування як науки та інституту політичної системи суспільства.
4. Порівняльна характеристика виникнення та тенденцій розвитку політичного консультування у США та країнах Західної Європи.
5. Типологізація політичного консалтингу.
6. Навички ефективного консультанта. Відповідальність консультантів.
7. Теоретичні та практичні методи політичного консалтингу в системі політичних відносин.
8. Методологія проведення прикладних досліджень.
9. Аналіз електорального поля. Методи збору інформації.
10. Аналіз виборчої історії округу.
11. Керовані та некеровані впливи на виборчу ситуацію.
12. Критерії аналізу особистості кандидата та конкурентів у виборчій кампанії.
13. Структура та пріоритети виборчих кампаній.
14. Підходи до формування стратегії виборчої кампанії. Конфігурація кампанії, установка, адресна група.

Питання до підсумкової контрольної роботи №2

15. Розширення позитивного образу кандидата.
16. Робота з антиобразом кандидата.
17. Структура та функції команди кандидата.
18. Методи прийняття рішень в команді.
19. Тактичне забезпечення виборчої кампанії. Основні складові тактики.
20. Фірмовий стиль та установочний пакет кампанії.
21. Пряма та непряма реклама в засобах масової інформації. Медіа-планування.
22. Зовнішня реклама у виборчій кампанії.
23. Робота з агітаторами: загальні принципи та правила.
24. Забезпечення організаційно-масового напрямку у виборчих кампаніях.
25. Масові заходи. Організація та проведення зустрічей з виборцями