Львівський національний університет імені Івана Франка

**СЕМЕСТРОВИЙ ПЛАН**

2021-2022 навч. рік

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Вид заняття*** | ***Кількість годин*** | | | ***СР*** | ***Всього*** |
| *Л* | *ПС* | *ЛР* |
| К-сть годин в семестр | 8 | 8 |  | 28 | 60 |
| К-сть годин на тиждень | 2 | 2 |  |  |  |

лекційних, практичних (семінарських) і лабораторних занять

Дисципліна **„\_*політичний менеджмент і PR*”**

Галузь знань **052**

## Напрям підготовки (спеціальність) дисципліна вільного вибору

Факультет

Курс **2** Семестр **4**

Кафедра ***політології***

„ЗАТВЕРДЖУЮ”

Зав. кафедрою \_\_\_\_\_\_ проф. Романюк.А.С.

„7” лютого 2022 р.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тижні,**  **Семестр** | **Лекційний курс** | | | **Практичні (семінарські) заняття** | | | **Лабораторні роботи** | | | **К-ть годин СР** | **Видача і прийняття домашніх завдань** | **Контроль поточної усіпшностьі** |
| **Номер, назва і зміст теми** | **К-ть годин** | **ТЗП** | **Номер, назва і зміст теми** | **К-ть годин** | **ТЗН** | **Номер, назва і зміст теми** | **К-ть годин** | **ТЗП** |
| 11.02 | Теоретичні засади політичного менеджменту і маркетингу: сутність, функції, різновиди | 2 | 18.02 | Теоретичні засади політичного менеджменту і маркетингу: сутність, функції, різновиди | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 25.02 | Політичний ринок: основні гравці та закони | 2 | 4.03 | Політичний ринок: основні гравці та закони | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 11.03 | Електоральний маркетинг і менеджмент: прикладний аспект | 2 | 18.03 | Електоральний маркетинг і менеджмент: прикладний аспект | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 25.03 | Новітні технології політичного маркетингу: (digital- маркетинг, target-маркетинг і маркетинг у соціальних медіа) | 2 | 1.04 | Новітні технології політичного маркетингу: (digital- маркетинг, target-маркетинг і маркетинг у соціальних медіа) | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 8.04 | Політичний брендинг, іміджмейкерстово та реклама | 2 | 15.04 | Політичний брендинг, іміджмейкерстово та реклама | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 22.04 | Соціотехніки політичного менеджменту: маніпулювання суспільною свідомістю | 2 | 29.04 | Соціотехніки політичного менеджменту: маніпулювання суспільною свідомістю | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 6.05 | Комунікативні стратегії в політичному менеджменті: PR і чорний PR | 2 | 13.05 | Комунікативні стратегії в політичному менеджменті: PR і чорний PR | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| 20.05 | Аналіз маркетингових стратегій в політичному процесі України | 2 | 27..05 | Аналіз маркетингових стратегій в політичному процесі України | 2 |  |  |  |  | 3,5 |  |  |
| ***Всього*** | | ***16*** | |  | ***16*** | |  |  |  | ***28*** | Викладачі:  доц. Сліпецька Ю. М., доц.. Поліщук М.В.  асист.Панарін А.С., | | |

Склала: доц. Сліпецька Ю. М.