

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

Філософський факультет
Кафедра політології

Литвин Віталій Сергійович

**Методичні рекомендації та матеріали для вивчення
навчальної дисципліни**

**«МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ ПОЛІТИЧНИХ КАМПАНІЙ
(ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПОЛІТОЛОГІЯ)»**

для студентів третього року навчання спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» (денна форма навчання)

Львів
2022–2023 н.р.

Затверджено на засіданні кафедри політології
Протокол № ____ від ____ _____ 20__ року

Схвалено Вченою радою філософського факультету
Протокол № ____ від ____ _____ 20__ року

ЗМІСТ

1. Вступ. Опис навчальної дисципліни	3
2. Мета та завдання, компетентності та результати навчальної дисципліни	4
3. Семестровий план і структура навчальної дисципліни	7
4. Основна та додаткова література навчальної дисципліни	8
5. Теми та зміст лекційних занять навчальної дисципліни	9
6. Теми та зміст семінарських/практичних занять навчальної дисципліни. Література	12
7. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни.....	15
8. Кредитно-модульна система оцінювання знань студентів.....	16
9. Розподіл балів, що присвоюється студентам.....	17
10. Контрольні питання для підсумкового контролю (екзамену).....	17

1. Вступ. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	<u>Галузь знань</u> 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Нормативна по спеціалізації «Політичний маркетинг і менеджмент»
	<u>Спеціальність</u> 052 «Політологія»	
Модулів – 1		<i>Рік підготовки:</i>
Змістових модулів – 1		2-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – немає		<i>Семестр</i>
Загальна кількість годин – 120		3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійної роботи студентів – 15	Освітньо-кваліфікаційний рівень: другий (магістерський)	18 год.
		<i>Практичні, семінарські</i>
		12 год.
		<i>Лабораторні</i>
		0 год.
		<i>Самостійна робота</i>
		90 год.
		<i>Індивідуальні завдання: 0 год.</i>
<i>Вид контролю: екзамен</i>		

2. Мета та завдання, компетентності та результати навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)» – це нормативна навчальна дисципліна внутрішньої спеціалізації «Політичний маркетинг і менеджмент», яка вивчається студентами-магістрами другого року навчання спеціальності 052 «Політологія». Навчальний курс розрахований на 120 години і вивчається у третьому семестрі магістратури. Дисципліна є складовою частиною вивчення й освоєння політичного маркетингу та менеджменту в рамках відповідної внутрішньої спеціалізації. У структурі годин курсу виокремлено такі складові: лекційні заняття – 18 год.; семінарські заняття – 12 год., самостійні завдання – 90 год.

Навчальна дисципліна «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)» присвячена проблематиці маркетингу та менеджменту політичних кампаній і проектів на підставі методик та методів експериментальної політології. Представлений курс розроблено як крос-дисциплінарний, зокрема на стику політології (політичних інститутів і процесів), психології та економіки. У *вступній частині* дисципліни заплановано ознайомлення студентів з призначенням та специфікою маркетингу й менеджменту політичних кампаній і проектів, а також із сутністю експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу. Відтак студенти будуть ознайомлені зі сутністю, особливостями і проектуванням експериментів у політичному процесі. Своєю чергою, в *основній частині* дисципліни увагу буде приділено проблематиці: експериментів, квазіекспериментів та польових й натуральних експериментів у політичному менеджменті і маркетингу; розвитку експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу; експериментальної логіки прийняття політичних рішень; прогнозування й експериментування у сфері поведінки, виборів та голосування; експериментів у сфері міжособистісних політичних відносин; експериментів із ідентичністю й етнічністю у політиці; експериментів з приводу політичних інститутів і політичної поведінки; експериментів у сфері політичних переговорів еліти і контреліти та з приводу формування урядів; вивчення й аналізу експериментальних даних. *Методологічно* дисципліна сягає теорії раціонального вибору, економічної теорії і біхевіоралізму, проте вона також включає в себе інші теоретико-методологічні перспективи. *Емпірично* же більшість запропонованих тем у зрізі маркетингу і менеджменту політичних кампаній та експериментів у політичній науці обговорюватимуться в ракурсі різних політичних інститутів і систем та загалом політичного процесу. В науковому контексті навчальна дисципліна постає механізмом диверсифікації і поглиблення (звуження) сфери наукового політологічного аналізу тощо.

Курс складається з одного *змістовного модуля*, хоча він і поділяється на вступну та основну частини. У вступній частині буде розглянуто сутність експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу і доцільність виокремлення такого нового напрямку політичної науки, як експериментальна політологія. Як наслідок, увагу буде сфокусовано на сутності, особливостях і проектуванні експериментів у політиці – як теоретично, так і емпірично. Своєю чергою, в основній частині буде розглянуто такі тематичні блоки, як: експерименти, квазіексперименти і польові й натуральні експерименти в політиці; розвиток експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу; експериментальна логіка прийняття політичних рішень; експериментування у сфері поведінки, виборів і голосування; експерименти в сфері міжособистісних політичних відносин; експерименти із ідентичністю та етнічністю у політиці; експерименти з приводу політичних інститутів і політичної поведінки; експерименти в сфері політичних переговорів еліти і контреліти та з приводу формування урядів; вивчення й аналіз експериментальних даних. Примітно те, що у запропонованому навчальному курсі студентам буде продемонстровано підхід з якісного та кількісного, а також біхевіорального та раціонального розуміння експериментів у політиці. Крім того, на метод експериментування в політиці буде накладено цілий масив порівняльних методів, зокрема метод окремого випадку та бінарний аналіз, порівняння контрастних/подібних кейсів, регіональні порівняння, класифікаційні схеми, статистичні, дескриптивні дослідження та крос-темпоральний аналіз, а також різноманітні соціологічні методи збору й обробки інформації, інституційні методики тощо.

Метою вивчення нормативної дисципліни «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)» є ознайомлення студентів з призначенням та специфікою маркетингу і менеджменту політичних кампаній та проектів, а також із суттю, різновидами та здійсненням експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу. В ході розв'язання поставленої мети студенти очікувано повинні оволодіти категоріальним, термінологічним і понятійним апаратом із приводу експериментів у різних сферах політики та маркетингу і менеджменту політичних кампаній і проектів, отримати знання про еволюцію та сучасний стан і навіть перспективи розвитку експериментальної політології. Наслідками вивчення курсу має стати знання про різновиди та сфери застосування експериментів у рамках тих чи інших проектів і кампаній у різних галузях політичного процесу.

Завдання курсу:

- визначити сутність/особливості й значення експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу;
- окреслити сутність, особливості і параметри проектування експериментів у політиці;
- схарактеризувати особливості й різновиди експериментів, квазіекспериментів та польових й натуральних експериментів у політичному менеджменті та маркетингу;
- означити рамки й умови розвитку експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу;
- проінтерпретувати експериментальну логіку прийняття політичних рішень;
- прищепити знання про експериментування в сфері поведінки, виборів і голосування;
- розкрити особливості експериментів у сфері міжособистісних політичних відносин;
- виявити параметри експериментів з ідентичністю та етнічністю у політиці;
- продемонструвати особливості експериментів з приводу політичних інститутів та політичної поведінки;
- систематизувати експерименти в сфері політичних переговорів еліти і контреліти та з приводу формування урядів;
- означити рамки вивчення та аналізу експериментальних даних у політології.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)» студент/студентка буде:

знати:

1. теоретичну й емпіричну еволюцію, сутність, засади та методологію дослідження, принципи, різновиди і функції політичного маркетингу та менеджменту, зокрема в контексті політичних кампаній і проектів, а також політичних змін і криз;
2. сутність, призначення і різновиди експериментів у політиці та функції, проблеми і закономірності маркетингу й менеджменту в різних сферах політики, в тому числі в інституційній і біхевіоральній, владній та електоральній, урядовій, соціально-економічній та соціокультурній тощо;

вміти:

1. проектувати, організовувати, реалізовувати, оцінювати та рекомендувати різні типи і варіанти експериментів у політиці, зокрема в рамках маркетингу та менеджменту політичних кампаній і наукових й прикладних проектів;
2. досліджувати, генерувати, систематизувати, аналізувати, обробляти та порівнювати нові ідеї та наявні знання й інформацію з різних джерел та експериментальні дані для ефективного прогнозування політичних кампаній і проектів й розв'язання наявних проблем і вироблення відповідних рекомендацій.

Крім того, в результаті успішного проходження навчальної дисципліни «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)» студент/студентка набуде:

Загальні компетентності:

- здатність проводити дослідження на відповідному рівні;
- здатність розробляти проекти та управляти ними;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями;

- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми;
- здатність до підготовки рекомендацій і проектів рішень на основі аналізу інформації;
Спеціальні (фахові) компетентності:
- усвідомлення природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації;
- 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;
- здатність комплексно аналізувати владу та урядування, політичні системи, інститути та режими, політичні процеси і політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування;
- спроможність комплексно використовувати нормативу та емпіричну політичну теорію, методологію політичних досліджень та прикладного політичного аналізу;
- здатність проектувати і розуміти суть експериментів у політиці, функції та закономірності маркетингу і менеджменту в політиці, громадському секторі та міжнародних організаціях, функціонування політичного ринку, виборчої інженерії та політичного рекламування й на цій підставі аналізувати вимоги до розробки стратегії і тактики виборчої кампанії та її логістики і менеджменту.

Програмні результати навчання після вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)»:

- 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, їхнього соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту;
- розробляти і реалізовувати наукові та прикладні проекти у сфері політології та з дотичних до неї міждисциплінарних напрямів з урахуванням методологічних, економічних, соціальних, правових та етичних аспектів;
- критично розуміти та проектувати експерименти в маркетингу і менеджменті політичних кампаній, у тому числі усвідомлюючи еволюцію, сутність, теоретичні засади, принципи, різновиди і функції політичного маркетингу та менеджменту, специфіку і складові функціонування політичного ринку й інформаційно-аналітичної діяльності, алгоритми діагностики інформаційних подій і процесів, форми, засоби та процедури електронного урядування, прийоми і техніки цифрової держави і загалом ефективного маркетингу й менеджменту у політиці;
- аналізувати політичний процес на підставі постмодерного підходу та засад і методології соціального конструктивізму, розуміння сутності і форм ідеологічного маніпулювання, оперування різними за евристичними цінностями моделями громадянського суспільства, різними політичними цінностями й антицінностями в умовах глобалізації, концепціями, практиками, засадами і моделями політики мультикультуралізму, етнонаціональної політики, управління розмаїттям, конфліктами та перспективами розвитку громадянського суспільства в країнах світу;
- усвідомлювати сутність, типи, причини та наслідки політичних змін і криз, в тому числі на тлі еволюції, організації і доктрин лівих партій, а також сутність, особливості, моделі й стратегії, методи та процедури, специфіку і наповненість радикалізму, екстремізму і тероризму, техніки та механізми протидії їм і антикризового менеджменту у контексті етнічних, територіальних, регіональних конфліктів тощо, зокрема антитерористичної діяльності держави та ролі і функціональності міжнародних організацій у протидії деструктивним явищам в політиці.

3. Семестровий план і структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	Усього	у тому числі				
л.		п./с.	лаб.	інд.	ср.	
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1						
<i>Вступна частина</i>						
Тема 1. <i>Експерименти у політології, політичному менеджменті та маркетингу. Експериментальна політологія. Вступне заняття</i>	8	2	-	-	-	6
Тема 2. <i>Сутність, особливості, параметри, доцільність і проектування експериментів у політиці</i>	8	2	-	-	-	6
Тема 3. <i>Експерименти, квазіексперименти та польові й натуральні експерименти в політичному менеджменті та маркетингу</i>	8	-	2	-	-	6
Тема 4. <i>Розвиток експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу</i>	16	2	2	-	-	12
<i>Основна частина</i>						
Тема 5. <i>Експериментальна логіка прийняття політичних рішень та з приводу установок і знань у політиці</i>	8	2	-	-	-	6
Тема 6. <i>Експериментування у сфері поведінки, виборів та голосування</i>	16	2	2	-	-	12
Тема 7. <i>Експерименти в сфері міжособистісних і міжгрупових соціальних та політичних відносин</i>	16	2	2	-	-	12
Тема 8. <i>Експерименти з ідентичністю, етнічністю й упередженнями у політиці</i>	8	2	-	-	-	6
Тема 9. <i>Експерименти з приводу політичних інститутів та політичної поведінки</i>	16	2	2	-	-	12
Тема 10. <i>Експерименти в сфері політичних переговорів еліти та контреліти й з приводу формування, функціонування та відповідальності урядів</i>	8	-	2	-	-	6
Тема 11. <i>Вивчення та аналіз експериментальних даних</i>	8	2	-	-	-	6
Разом – Змістовний модуль 1	120	18	12	-	-	90
РАЗОМ	120	18	12	-	-	90

4. Основна та додаткова література навчальної дисципліни

Основна література:

1. Box-Steffensmeier J., Brady H., Collier D. The Oxford Handbook of Political Methodology. Oxford University Press, 2008. 880 p.
2. Druckman J., Green D. Advances in Experimental Political Science. Cambridge University Press, 2021. 670 p.
3. Druckman J., Green D., Kuklinski J., Lupia A. Cambridge Handbook of Experimental Political Science. Cambridge University Press, 2011. 562 p.
4. Kittel B., Luhan W., Morton R. Experimental Political Science: Principles and Practices. Palgrave Macmillan, 2012. 280 p.
5. Morton R., Williams K. Experimental Political Science and the Study of Causality: From Nature to the Lab. Cambridge University Press, 2010. 427 p.

Додаткова література:

1. Загородня О. Українська суспільно-політична лексика в асоціативному експерименті як ілюстрація суспільної свідомості // *Ucrainica X. Současná Ukrajínistika. Problémy jazyka, literatury a kultury: Sborník vědeckých článků z mezinárodní konference «X Olomoucké sympozium ukrajínistů střední a východní Evropy» (Olomouc, 9-10.09.2020)*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2020. С. 59-66.
2. Anauati M., Feld B., Galiani S., Torrens G. Collective Action: Experimental Evidence // NBER Working Paper. 2015. No. 20936.
3. Carson A., Ruppner L., Lewis J. Race to the top: Using experiments to understand gender bias towards female politicians // *Australian Journal of Political Science*. 2019. Vol. 54. No. 4. P. 439-455.
4. Ernst N., Kühne R., Wirth W. Effects of Message Repetition and Negativity on Credibility Judgments and Political Attitudes // *International Journal of Communication*. 2017. Vol. 11. P. 3265-3285.
5. Holbrook A., Krosnick J. Social desirability bias in voter turnout reports: tests using the item count technique // *Public Opinion Quarterly*. 2010. Vol. 74. No. 1. P. 37-67.
6. Liang F., Zhu Q., Miao Li G. The Effects of Flagging Propaganda Sources on News Sharing: Quasi-Experimental Evidence from Twitter // *The International Journal of Press/Politics*. 2022. Online First.
7. Pfotenhauer S., Laurent B., Papageorgiou K., Stilgoe J. The politics of scaling // *Social Studies of Science*. 2021. Vol. 52. No. 1. P. 3-34.
8. Redd S. The Influence of Advisers on Foreign Policy Decision Making: An Experimental Study // *The Journal of Conflict Resolution*. 2002. Vol. 46. No. 3. P. 335-364.
9. Sanbonmatsu K. Gender Stereotypes and Vote Choice // *American Journal of Political Science*. 2002. Vol. 46. No. 1. P. 20-34.
10. Theocharis Y., Lowe, W. Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment // *Information, Communication & Society*. 2016. Vol. 19. No. 10. P. 1465-1486.

Інтернет-джерела:

1. Döring H., Manow P. Parliaments and governments database (ParlGov): Information on parties, elections and cabinets in modern democracies. URL: <http://www.parlgov.org/>
2. Freedom in the World. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world>
3. Nations in Transit. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transit>
4. Polity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: <http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm>
5. Varieties of democracy. URL: <https://v-dem.net/>

5. Теми та зміст лекційних занять навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Вступна частина

Тема 1. Експерименти у політології, політичному менеджменті та маркетингу. Експериментальна політологія. Вступне заняття

Експеримент як категорія політичної науки: дефініювання, структуризація, різновиди та параметри використання у політичній теорії і практиці. Сутність політичного менеджменту і маркетингу. Експерименти у політичному менеджменті та маркетингу. Експериментальна політологія і доцільність її виділення як субдисципліни політичної науки. Причини виникнення експериментальної політології. Експерименти в політичних кампаніях та проєктах.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проєкт, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політичний процес.

Тема 2. Сутність, особливості, параметри, доцільність і проєктування експериментів у політиці

Експерименти в політичній теорії та практиці і доцільність їхнього використання. Визначення поняття експерименту в політичній теорії і практиці. Валідність і маніпулятивність експерименту в політиці. Про достовірність лабораторних досліджень у політичній науці: приклад злочину і покарання. Економічні та психологічні експерименти у політиці: стилізація, стимули та ілюзії.

Основні поняття: політичний менеджмент, політичний маркетинг, експериментальна політологія, експеримент, політичний процес, валідність, внутрішня та зовнішня валідність, маніпулятивність, достовірність, лабораторні дослідження, економічні експерименти, психологічні експерименти.

Тема 3. Експерименти, квазіексперименти та польові й натуральні експерименти в політичному менеджменті та маркетингу

Сутність та різновиди експериментів у політичній теорії та практиці. Економічні та психологічні експерименти у політиці. Теорія раціонального вибору і біхевіоралізм як підстави експериментування. Експерименти та квазіексперименти. Польові й натуральні експерименти і їхнє використання в політичному менеджменті та маркетингу.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проєкт, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, квазіексперимент, польовий експеримент, натуральний експеримент, експериментальна політологія, політичний процес.

Тема 4. Розвиток експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу

Раннє заперечення й історія використання експериментів у політичній науці. Поступ експериментальної політології та її основні проблеми. Застосування експериментів у рамках політичного менеджменту та маркетингу. Лабораторні тести й експерименти в політології. Експерименти та теорія ігор у політології. Логіка та дизайн експерименту з опитуванням. Польові експерименти в політичному менеджменті та маркетингу. Поява субдисципліни експериментальної політології

Основні поняття: політична кампанія, політичний проєкт, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, лабораторні тести, теорія ігор, опитування, дизайн експерименту, валідність експерименту, польові експерименти.

Змістовий модуль 1 Основна частина

Тема 5. Експериментальна логіка прийняття політичних рішень та з приводу установок і знань у політиці

Прийняття політичних рішень та експериментування у цій сфері. Експерименти з приводу установок та зміни ставлення у політиці. Параметри й рамки обробки усвідомленої та несвідомої/неусвідомленої інформації і їхні наслідки для розвитку експериментальної політології. Експериментування з політичними знаннями. Теорія раціонального вибору та поведінкові патерни експериментування з політичними установками, рішеннями і знаннями.

Основні поняття: політична кампанія, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політичне рішення, політичне знання, політична установка, зміна ставлення, усвідомлена і несвідомо/неусвідомлена інформація, раціональний вибір, біхевіоралізм.

Тема 6. Експериментування у сфері поведінки, виборів та голосування

Політична й електоральна поведінка, вибори і голосування: доцільність аналізу крізь призму експериментування. Позиція електорату, оцінка кандидатів і явка виборців у контексті політичних та політологічних експериментів. Враження та оцінки кандидатів й експерименти з ними. Експериментування з приводу поведінки виборців в інституційному середовищі. Експерименти в медіа (засобах масової інформації) і політиці. Експерименти з політичною (загалом) та виборчою (зокрема) рекламою і мобілізацією електорату під час виборів та між виборами.

Основні поняття: політична кампанія, виборча кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політична поведінка, вибори, електоральна поведінка, електорат, голосування, опитування, оцінка явки виборців та кандидатів, експерименти в медіа, політична та виборча реклама, мобілізація електорату.

Тема 7. Експерименти в сфері міжособистісних і міжгрупових соціальних та політичних відносин

Міжособистісні та міжгрупові відносини в соціальній і політичній сфері та доцільність їхнього аналізу через експериментування. Експерименти з приводу керованого і соціального обміну. Експериментальний підхід до дослідження й аналізу громадської думки. Експерименти щодо дослідження соціальних мереж та їхнього залучення до політики. Зростання значення і ролі соціальних мереж: експериментальне обґрунтування.

Основні поняття: політична кампанія, соціальна кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, міжособистісні відносини, міжгрупові відносини, керований і соціальний обмін, громадська думка, соціальні мережі.

Тема 8. Експерименти з ідентичністю, етнічністю й упередженнями у політиці

Феномен і різновиди ідентичності й експериментування у цій сфері. Упередження й етнічність у політиці та їхній експериментальний аналіз. Гендерні політичні експерименти. Расова ідентичність й експериментальна методологія її аналізу. Детермінанти та наслідки упереджень у політиці та експериментування з їхнього приводу. Політичні експерименти з точки зору значення та поведінки різних типів меншин.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, ідентичність, етнічність, упередження, гендерні експерименти, расова ідентичність, меншини.

Тема 9. Експерименти з приводу політичних інститутів та політичної поведінки

Політичні інститути як елементи політичної системи і підстави їхнього порівняльного й експериментального аналізу. Психологічні експерименти з політичною та електоральною поведінкою. Експерименти та їхнє значення в теорії колективних дій. Експериментування в законодавчому/парламентському голосуванні. Виборчі системи і стратегічне голосування: лабораторні електоральні експерименти. Експериментальні дослідження з питань демократії та розвитку.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політичні інститути, уряд, коаліція, легіслатура, політична система, політична поведінка, електоральна поведінка, психологічні експерименти, експерименти в теорії ігор та раціонального вибору, колективні дії, голосування, виборчі системи, системи голосування, стратегічне голосування, демократія, розвиток.

Тема 10. Експерименти в сфері політичних переговорів еліти та контреліти й з приводу формування, функціонування та відповідальності урядів

Політична еліта та контреліта і взаємини між ними: аналітичний контекст. Сутність і типи урядів. Параметри і рамки формування, функціонування та відповідальності урядів. Феномен і різновиди коаліційних переговорів. Сутність коаліції і протокоаліції. Переговори і посередництво у коаліційному торзі як підстава раціоналізованих експериментів. Сутність експериментальної триангуляції коаліційних сигналів: варіативні конструкції та пересічні результати. Експерименти в сфері прийняття рішень з питань зовнішньої політики і урядування.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політичні інститути, уряд, коаліція, легіслатура, політична система, еліта і контреліта, формування і відповідальності урядів, коаліційні переговори, протокоаліція, форматор, інформатор, коаліційний торг, розподіл портфелів, триангуляція коаліційних сигналів, експерименти у зовнішній політиці.

Тема 11. Вивчення та аналіз експериментальних даних

Експериментальні та статистичні дані. Феномен і різновиди баз даних. Статистичний і кількісний аналіз експериментальних даних. Експериментальні чати: відкриття «чорної» скриньки групових експериментів. Перспективи і майбутнє експериментальної політології. Проблеми експериментальної політології. Підсумкове заняття.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, дані, експериментальні дані, статистичні дані, бази даних, статистичний аналіз, кількісний аналіз, експериментальні чати.

6. Теми та зміст семінарських/практичних занять навчальної дисципліни. Література

Змістовий модуль 1

Вступна частина

Тема 1. Експерименти, квазіексперименти та польові й натуральні експерименти в політичному менеджменті та маркетингу (2 год.)

1. Сутність та різновиди експериментів у політичній теорії та практиці.
2. Економічна, психологічна й інституційна/раціональна основа експериментів у політиці.
3. Експерименти та квазіексперименти.
4. Польові й натуральні експерименти і їхнє використання в політичному аналізі.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, квазіексперимент, польовий експеримент, натуральний експеримент, експериментальна політологія, політичний процес.

Література:

1. Druckman J., Green D. *Advances in Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2021. 670 p. [Розділ 4-6].
2. Vox-Steffensmeier J., Brady H., Collier D. *The Oxford Handbook of Political Methodology*. Oxford University Press, 2008. 880 p. [Розділ 5].
3. Pfotenhauer S., Laurent B., Papageorgiou K., Stilgoe J. *The politics of scaling // Social Studies of Science*. 2021. Vol. 52. No. 1. P. 3-34.

Тема 2. Розвиток експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу (2 год.)

1. Становлення і поступ експериментальної політології та її основні проблеми.
2. Лабораторні тести й експерименти в політології.
3. Експерименти та теорія ігор у політології.
4. Логіка та дизайн експерименту з опитуванням.
5. Польові експерименти в політичному менеджменті та маркетингу.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, лабораторні тести, теорія ігор, опитування, дизайн експерименту, валідність експерименту, польові експерименти.

Література:

1. Druckman J., Green D. *Advances in Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2021. 670 p. [Розділи 1, 2, 4, 5].
2. Druckman J., Green D., Kuklinski J., Lupia A. *Cambridge Handbook of Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2011. 562 p. [Розділи 6-9].
3. Kittel B., Luhan W., Morton R. *Experimental Political Science: Principles and Practices*. Palgrave Macmillan, 2012. 280 p. [Розділ 12].
4. Morton R., Williams K. *Experimental Political Science and the Study of Causality: From Nature to the Lab*. Cambridge University Press, 2010. 427 p. [Розділ 1].

Основна частина

Тема 3. Експериментування у сфері поведінки, виборів та голосування (2 год.)

1. Політична й електоральна поведінка, вибори і голосування в експериментах.
2. Позиція електорату, оцінка кандидатів і явка виборців у контексті експериментів.
3. Експериментування з приводу поведінки виборців в інституційному середовищі.
4. Експерименти в медіа (засобах масової інформації) і політиці.
5. Експерименти з політичною та виборчою рекламою і мобілізацією електорату.

Основні поняття: політична кампанія, виборча кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політична поведінка, вибори, електоральна поведінка, електорат, голосування, опитування, оцінка явки виборців та кандидатів, експерименти в медіа, політична та виборча реклама, мобілізація електорату.

Література:

1. Druckman J., Green D. *Advances in Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2021. 670 p. [Розділи 12-14].
2. Druckman J., Green D., Kuklinski J., Lupia A. *Cambridge Handbook of Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2011. 562 p. [Розділи 13-16].
3. Ernst N., Kühne R., Wirth W. Effects of Message Repetition and Negativity on Credibility Judgments and Political Attitudes // *International Journal of Communication*. 2017. Vol. 11. P. 3265-3285.
4. Holbrook A., Krosnick J. Social desirability bias in voter turnout reports: tests using the item count technique // *Public Opinion Quarterly*. 2010. Vol. 74. No. 1. P. 37-67.
5. Kittel B., Luhan W., Morton R. *Experimental Political Science: Principles and Practices*. Palgrave Macmillan, 2012. 280 p. [Розділи 2-4].

Тема 4. Експерименти в сфері міжособистісних і міжгрупових соціальних та політичних відносин (2 год.)

1. Експерименти з приводу міжособистісних та міжгрупових відносин у політиці.
2. Експерименти з приводу керованого і соціального обміну.
3. Експериментальний підхід до дослідження й аналізу громадської думки.
4. Експерименти щодо соціальних мереж та їхнього залучення до політики.

Основні поняття: політична кампанія, соціальна кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, міжособистісні відносини, міжгрупові відносини, керований і соціальний обмін, громадська думка, соціальні мережі.

Література:

1. Druckman J., Green D. *Advances in Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2021. 670 p. [Розділ 10].
2. Druckman J., Green D., Kuklinski J., Lupia A. *Cambridge Handbook of Experimental Political Science*. Cambridge University Press, 2011. 562 p. [Розділи 17-19].
3. Liang F., Zhu Q., Miao Li G. The Effects of Flagging Propaganda Sources on News Sharing: Quasi-Experimental Evidence from Twitter // *The International Journal of Press/Politics*. 2022.
4. Theocharis Y., Lowe, W. Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment // *Information, Communication & Society*. 2016. Vol. 19. No. 10. P. 1465-1486.

Тема 5. Експерименти з приводу політичних інститутів та політичної поведінки (2 год.)

1. Порівняльний та експериментальний аналіз політичних інститутів і систем.
2. Психологічні експерименти з політичною та електоральною поведінкою.
3. Експерименти та їхнє значення в теорії колективних дій.
4. Експериментування в законодавчому/парламентському голосуванні.
5. Виборчі системи і стратегічне голосування: лабораторні експерименти.
6. Експериментальні дослідження з питань демократії та розвитку.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політичні інститути, уряд, коаліція, легіслатура, політична система, політична поведінка, електоральна поведінка, психологічні експерименти, експерименти в теорії ігор та раціонального вибору, колективні дії, голосування, виборчі системи, системи голосування, стратегічне голосування, демократія.

Література:

1. Anauati M., Feld B., Galiani S., Torrens G. Collective Action: Experimental Evidence // NBER Working Paper. 2015. No. 20936.
2. Döring H., Manow P. Parliaments and governments database (ParlGov): Information on parties, elections and cabinets in modern democracies. URL: <http://www.parlgov.org/>
3. Druckman J., Green D. Advances in Experimental Political Science. Cambridge University Press, 2021. 670 p. [Розділи 27, 30].
4. Druckman J., Green D., Kuklinski J., Lupia A. Cambridge Handbook of Experimental Political Science. Cambridge University Press, 2011. 562 p. [Розділи 24-27].
5. Kittel B., Luhan W., Morton R. Experimental Political Science: Principles and Practices. Palgrave Macmillan, 2012. 280 p. [Розділи 5-6].

Тема 6. Експерименти в сфері політичних переговорів еліти та контреліти й з приводу формування, функціонування та відповідальності урядів (2 год.)

1. Політична еліта та контреліта і взаємини між ними: аналітичний контекст й можливість експериментування.
2. Експерименти з приводу формування, функціонування та відповідальності різних типів урядів і коаліцій.
3. Коаліційні переговори та експерименти з розподілом мандатів у коаліціях.
4. Експерименти в сфері прийняття рішень з питань зовнішньої політики.

Основні поняття: політична кампанія, політичний проект, політичний менеджмент, політичний маркетинг, експеримент, експериментальна політологія, політичні інститути, уряд, коаліція, легіслатура, політична система, еліта і контреліта, формування і відповідальності урядів, коаліційні переговори, протокоаліція, форматор, інформатор, коаліційний торг, розподіл портфелів, триангуляція коаліційних сигналів, експерименти у зовнішній політиці.

Література:

1. Druckman J., Green D. Advances in Experimental Political Science. Cambridge University Press, 2021. 670 p. [Розділ 8].
2. Druckman J., Green D., Kuklinski J., Lupia A. Cambridge Handbook of Experimental Political Science. Cambridge University Press, 2011. 562 p. [Розділи 28-30].
3. Kittel B., Luhan W., Morton R. Experimental Political Science: Principles and Practices. Palgrave Macmillan, 2012. 280 p. [Розділ 7].
4. Redd S. The Influence of Advisers on Foreign Policy Decision Making: An Experimental Study // The Journal of Conflict Resolution. 2002. Vol. 46. No. 3. P. 335-364.

7. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Експерименти у політології, політичному менеджменті та маркетингу. Експериментальна політологія. Вступне заняття (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	6
2	Тема 2. Сутність, особливості, параметри, доцільність і проектування експериментів у політиці (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	6
3	Тема 3. Експерименти, квазіексперименти та польові й натуральні експерименти в політичному менеджменті та маркетингу (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	6
4	Тема 4. Розвиток експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	12
5	Тема 5. Експериментальна логіка прийняття політичних рішень та з приводу установок і знань у політиці (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	6
6	Тема 6. Експериментування у сфері поведінки, виборів та голосування (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	12
7	Тема 7. Експерименти в сфері міжособистісних і міжгрупових соціальних та політичних відносин (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	12
8	Тема 8. Експерименти з ідентичністю, етнічністю й упередженнями у політиці (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	6
9	Тема 9. Експерименти з приводу політичних інститутів та політичної поведінки (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	12
10	Тема 10. Експерименти в сфері політичних переговорів еліти та контреліти й з приводу формування, функціонування та відповідальності урядів (пошук відповідних експериментів з теми заняття).	6
11	Тема 11. Вивчення та аналіз експериментальних даних (розрахункова робота)	6
Разом		90

8. Кредитно-модульна система оцінювання знань студентів

Навчальний процес здійснюється за традиційною технологією: лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота. Також передбачено колаборативне навчання (форми – групові проекти, спільні розробки, групові розрахункові роботи, навчальні спільноти, тьюторство і т.д.), проектно-орієнтоване навчання, дискусії, аналіз статистичних баз даних.

На лекційних заняттях використовуються головню: словесні методи (розповідь, бесіда, пояснення, лекція, діалог); наочні і практичні методи (ілюстрація, демонстрація, а також презентація); метод синтезу, аналізу, індукції, дедукції тощо. На семінарських заняттях використовуються: дискусія, проблемно-пошуковий, репродуктивний, інтерактивний методи тощо. У рамках самостійної роботи застосовуються дослідницькі методи. Розрахункова робота буде обговорюватись і виконуватись в рамках лекцій, семінарів, а також самостійної роботи.

Оцінка знань, умінь і практичних навиків студентів з курсу «Маркетинг і менеджмент політичних кампаній (експериментальна політологія)» здійснюється за 100-бальною шкалою.

Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

- практичні/самостійні тощо – 30% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 30);
- контрольні заміри (модулі) – 20% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 20);
- екзамен – 50% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 50).

Поточний контроль знань студентів проводять за трьома складовими:

- контроль систематичності та активності роботи студентів впродовж семестру;
- контроль за виконанням модульних завдань/контрольних замірів;
- контроль за виконанням завдань самостійного опрацювання і розрахункової роботи.

При контролі систематичності й активності роботи студентів оцінці підлягають:

- самостійна робота студентів;
- відвідування й активність на семінарських заняттях;
- рівень засвоєння знань програмного матеріалу.

Поточний контроль успішності здійснюється за п'ятибальною шкалою: "5" – відмінно", "4" – добре, "3" – задовільно, "2" – доповнення, "1" – коментарі (участь у дискусії). Реферат, доповідь – 5 балів; есе – 3 бали (дозволено лише по одному реферату, доповіді або есе). Контроль знань за результатами вивчення змістовного модуля оцінюється в 20 балів. Форма підсумкового контролю – екзамен у комбінованій (усній і тестовій) формі в кінці семестру. Мінімальна кількість балів для допуску студентів до екзамену становить 26 балів. Якщо студент(-ка) отримує 25 балів і менше, він(вона) екзамен складає по талону № 2.

Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів із дисципліни, котра завершується екзаменом, становить за поточну успішність 50 балів. На іспиті студент теж може отримати 50 балів.

Поточний контроль та самостійна робота						Сума	Екзамен
Змістовий модуль 1						50	50
1	2	3	4	5	6		

1, 2 ... 6 – теми семінарських занять у рамках змістовного модуля.

При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

9. Розподіл балів, що присвоюється студентам

Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS

Національна шкала	Рейтингова шкала	Шкала ECTS	Пояснення
5 (відмінно)	90-100	A	Відмінно
4 (добре)	81-89	B	Дуже добре
	71-80	C	Добре
3 (задовільно)	61-70	D	Задовільно
	51-60	E	Достатньо
	25-50	FX	Незадовільно
2 (незадовільно)	0-24	F	Незадовільно без права перездачі

10. Контрольні питання для підсумкового контролю (екзамену)

- 1) Експерименти у політології, політичному менеджменті та маркетингу.
- 2) Експериментальна політологія.
- 3) Сутність, особливості та проектування експериментів у політиці.
- 4) Визначення поняття експерименту в політиці.
- 5) Валідність та маніпулятивність експерименту в політиці.
- 6) Про достовірність лабораторних досліджень у політичній науці.
- 7) Економічні та психологічні експерименти у політиці: стилізація, стимули та ілюзії.
- 8) Експерименти, квазіексперименти та польові й натуральні експерименти в політичному менеджменті та маркетингу.
- 9) Розвиток експериментів у політології, політичному менеджменті та маркетингу.
- 10) Лабораторні тести та експерименти в політології.
- 11) Експерименти та теорія ігор у політології.
- 12) Логіка та дизайн експерименту з опитуванням.
- 13) Польові експерименти в політичному менеджменті та маркетингу.
- 14) Поява експериментальної політології.
- 15) Експериментальна логіка прийняття політичних рішень.
- 16) Експерименти з приводу зміни ставлення у політиці.
- 17) Обробка усвідомленої і несвідомої інформації та її наслідки для експериментальної політології.
- 18) Експериментування з політичними знаннями.
- 19) Експериментування у сфері поведінки, виборів та голосування.
- 20) Позиція електорату, оцінка кандидатів та явка виборців.
- 21) Поведінка виборців та політичні інститути: експериментування.
- 22) Експерименти в медіа та політиці.
- 23) Експерименти з політичною/виборчою рекламою і мобілізацією виборців.
- 24) Експерименти в сфері міжособистісних політичних відносин.
- 25) Експерименти з приводу керованого та соціального обміну.
- 26) Експериментальний підхід до громадської думки.
- 27) Експерименти щодо соціальних мереж і їхнього залучення до політики.
- 28) Експерименти з ідентичністю та етнічністю у політиці.
- 29) Гендерні політичні експерименти.
- 30) Раса ідентичність та експериментальна методологія.
- 31) Детермінанти та наслідки упереджень у політиці.
- 32) Політичні експерименти з точки зору меншин.
- 33) Експерименти з приводу політичних інститутів та політичної поведінки.

- 34) Експерименти та їхнє значення в теорії колективних дій.
- 35) Експериментування в законодавчому голосуванні.
- 36) Вибірчі системи і стратегічне голосування: лабораторні виборчі експерименти.
- 37) Експериментальні дослідження з питань демократії та розвитку.
- 38) Експерименти в сфері політичних переговорів еліти і контреліти й з приводу формування урядів.
- 39) Феномен та різновиди коаліційних переговорів.
- 40) Переговори та посередництво у коаліційному торзі.
- 41) Експерименти в сфері прийняття рішень з питань зовнішньої політики.
- 42) Вивчення та аналіз експериментальних даних.
- 43) Статистичний аналіз експериментальних даних.
- 44) Перспективи та майбутнє експериментальної політології.