

Міністерство освіти і науки України  
Львівський національний університет імені Івана Франка

Філософський факультет  
Кафедра політології

**Сліпецька Юлія Миронівна**

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

**«Менеджмент і аналіз виборчої кампанії»**

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

Львів  
2021–2022 н.р.

Затверджено на засіданні кафедри політології  
Протокол № 1 від 26 серпня 2022 року

Схвалено Вченою радою філософського факультету  
Протокол № 271/7 від 26 серпня 2022 року

## ЗМІСТ

1. Вступ. Опис навчальної дисципліни .....	3
2. Мета та завдання, компетентності та результати навчальної дисципліни .....	3
3. Семестровий план і структура навчальної дисципліни .....	5
4. Основна та додаткова література навчальної дисципліни .....	6
5. Теми та зміст лекційних занять навчальної дисципліни .....	7
6. Теми та зміст семінарських/практичних занять навчальної дисципліни. Література.....	8
7. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни .....	10
8. Кредитно-модульна система оцінювання знань студентів .....	10
9. Розподіл балів, що присвоюється студентам.....	11
10. Контрольні питання для підсумкового контролю (заліку).....	11

## 1. Вступ. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Нормативна по спеціалізації «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії»
	Спеціальність 052 «Політологія»	
Модулів – 1		<i>Рік підготовки:</i>
Змістових модулів – 1		3-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – немає		<i>Семестр</i>
Загальна кількість годин – 120		5-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 4	Освітньо-кваліфікаційний рівень: Перший (бакалаврський)	<i>Лекції</i>
		32 год.
		<i>Практичні, семінарські</i>
		16 год.
		<i>Лабораторні</i>
		0 год.
		<i>Самостійна робота</i>
72 год.		
		<i>Індивідуальні завдання: 0 год.</i>
		<i>Вид контролю: залік</i>

## 2. Мета та завдання, компетентності та результати навчальної дисципліни

*Навчальна дисципліна «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії»* – це нормативна навчальна дисципліна, яка вивчається студентами-бакалаврами третього року навчання спеціальності 052 «Політологія». Навчальний курс розрахований на 120 години і вивчається у п'ятому семестрі бакалаврату. Дисципліна є складовою частиною вивчення й освоєння політичного менеджменту. У структурі годин курсу виокремлено такі складові: лекційні заняття – 32 год.; семінарські заняття – 16 год., самостійні завдання – 72 год.

Навчальна дисципліна «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» присвячена проблематиці менеджменту виборчих кампаній. Представлений курс розроблено як крос-дисциплінарний, зокрема на стику політології (політичних інститутів і процесів), психології та економіки. У вступній частині дисципліни заплановане ознайомлення студентів із призначенням і специфікою менеджменту виборчих кампаній, а також із сутністю виборчих технологій. Студенти повинні бути ознайомлені з сутністю, різновидами, особливостями, етапами та ресурсами виборчої кампанії. В основній частині дисципліни увагу буде приділено проблематиці: стратегічного планування кампанії, поняттю виборчої команди та штабу, масовій виборчій комунікації впливу політичної реклами та іміджу кандидата на кінцевий результат виборчої кампанії, а також виборчим технологіям та впливу на масову свідомість виборців новітніми digital-технологіями. 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 теоретичні засади менеджменту виборчої кампанії – основні поняття, сутність, предмет, об'єкт, функції. Своєю чергою, в основній частині буде розглянуто такі тематичні блоки, як: виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси, стратегічне планування виборчої кампанії, виборча команда та виборчий штаб, виборча комунікація, особиста виборча комунікація з виборцями, ЗМІ та вибори, PR, соціотехніки виборчого менеджменту, маніпулювання суспільною свідомістю, комунікативні стратегії у виборчому менеджменті, іміджеологія та іміджмейкінг, виборчі технології.

*Метою вивчення* нормативної дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» є ознайомлення студентів з призначенням та специфікою менеджменту виборчих кампаній, а також із сутністю, різновидами та особливостями виборчих технологій. В ході розв'язання поставленої мети студенти очікувано повинні оволодіти категоріальним, термінологічним і понятійним апаратом із приводу менеджменту виборчих кампаній. Наслідками вивчення курсу має стати знання про різновиди та сфери застосування найрізноманітніших виборчих технологій.

*Завдання курсу:*

- сформувані у студентів комплексні знання про менеджмент виборчих кампаній;
- ознайомити із закономірностями і особливостями комунікації із виборцями;
- навчити студентів аналізувати та протистояти маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях;
- сформувані навички формування іміджу успішного політика

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» студент буде:

*знати:*

- теоретичну й емпіричну еволюцію, сутність, засади та методологію дослідження, принципи, різновиди і функції політичного менеджменту, зокрема в контексті виборчих кампаній;
- сутність, складові, етапи та ресурси виборчої кампанії, основи електорального менеджменту, виборчої комунікації та поведінки, іміджології та іміджмейкінгу, електорального консультування, а також основні виборчі технології;

*вміти:*

- проектувати, організовувати, реалізовувати, оцінювати і рекомендувати різні типи виборчих стратегій під час виборчих кампаній, зокрема в рамках менеджменту виборчих кампаній;
- досліджувати, генерувати, систематизувати, аналізувати, обробляти та порівнювати нові ідеї і наявні знання й інформацію з різних джерел та експериментальні дані для ефективного прогнозування результатів виборчих кампаній, розв'язання наявних проблем і вироблення відповідних рекомендацій.

Крім того, в результаті успішного проходження навчальної дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» студент набуде:

*Загальні компетентності:*

- здатність проводити аналіз виборчої кампанії на відповідному рівні;
  - здатність розробляти концепцію та стратегічний план виборчої кампанії;
  - 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;
- та спеціальні (фахові) компетентності:*
- Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах;

- Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності;
- Здатність аналізувати PR-стратегії та кампанії і застосувати на практиці технології ефективного PR на різних рівнях політики;
- Здатність використовувати засадничі основи проектної діяльності як частини публічної політики, форм та механізмів зв'язку інститутів громадянського суспільства з інститутами державної влади.

*Програмні результати навчання:*

- Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах;
- Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування;
- Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності;
- Застосовувати здобуті навички для успішної консультативної діяльності в роботі з політичними лідерами, інститутами, органами державної влади та громадськими організаціями;
- Конструювати дизайн та реалізовувати соціально-політичні проекти, використовувати навички комунікації з громадським сектором та зв'язків з громадськістю в процесі реалізації цих проектів.

## 1. 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
<b>Змістовий модуль 1</b>						
<b><i>Вступна частина</i></b>						
Тема 1. <i>Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії. Вступне заняття. Вступ до курсу</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 2. <i>Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 3. <i>Електоральний менеджмент</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 4. <i>Електоральна комунікація</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 5. <i>PR у виборчій кампанії</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 6. <i>Маніпулювання у виборчій кампанії</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 7. <i>Іміджеологія та іміджмейкінг</i>	15	4	2	-	-	9
Тема 8. <i>Виборчі технології та виборче мистецтво</i>	15	4	2	-	-	9
<b>РАЗОМ</b>	120	32	16	-	-	72

## 4. Основна та додаткова література навчальної дисципліни

### *Основна література:*

1. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – 340с.
2. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.
3. Прикладна політологія: навч.посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472с.
4. Сучасний виборчий PR: Навчальний посібник / В.В. Лісничий, В. О. Грищенко, В.М. Іванов та інші, - 2-ге видання, перероблене та доповнене. К.: ВД «Професіонал», 2004. – 384с.
5. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с.

### *Додаткова література:*

1. Камуз А. Аналіз особливостей менеджменту виборчої кампанії в сучасних реаліях. - Державне будівництво. – № 1/2016
2. Королько В. Г. Основи публікрейлішнз: підручник для студентів вузів / В. Г. Корольков; С. Удовик. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 528 с.
3. Почепцов Г. Г. Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998.
4. Полторак В. А. Політичний маркетинг. – Дніпропетровськ, 2001.
5. Сліпецька Ю. Електоральні партії: теоретико-методологічні засади та ідеологічне позиціонування на прикладі паоламентських виборів 2019 / Юлія Сліпецька, Микола Спересенко // Грані. – 2020. – № 4 (23). – С. 45-57.
6. Сліпецька Ю. Зміна електоральних пререференцій виборців під впливом політичної реклами під час президентської виборчої кампанії 2019 // Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами четвертої міжнародної наукової конференції «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 9 листопада 2019 року / за ред. Анатолія Романюка і Віталія Литвина. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, – Вип. 4.– С. 114-124
7. Сліпецька Ю. Теоретико-методологічні засади дослідження електорального менеджменту і маркетингу / Ю. Сліпецька // Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск Л. Рижак, О. Квас. – Дрогобич : ТЗОВ «Трек-ЛТД», 2020. – С. 121-123.
8. Маніпулятивні технології в політичній рекламі (на прикладі президентської виборчої кампанії 2019)/ Ю. Сліпецька / Тези звітної наукової конференції філософського факультету / Відп. за випуск Л. Рижак, О. Квас. – Дрогобич : ТЗОВ «Трек-ЛТД», 2019.
9. Сліпецька Ю. Електоральні партії: ідеологічне позиціонування парламентських партій в Україні // Грані. – 2018. – № 21 (12). – С. 5-15.

### *Інтернет-джерела:*

1. Freedom in the World. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world>
2. Polity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: <http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm>
3. Nations in Transit. URL: <http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transit>
4. Varieties of democracy. URL: <https://v-dem.net/>

## 5. Теми та зміст лекційних занять навчальної дисципліни

## **Змістовий модуль 1**

### **Вступна частина**

#### **Тема 1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії. Вступне заняття. Вступ до курсу**

Сутність, структура менеджменту виборчої кампанії. Функції. Структура дисципліни. Методи і методологія дослідження. Основні категорії. Об'єкт і предмет. Електоральний менеджмент і доцільність його виділення як субдисципліни політичної науки. Причини виникнення електорального менеджменту.

*Основні поняття:* виборча кампанія, електоральний менеджмент і маркетинг, політичний процес.

#### **Тема 2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси.**

Визначення поняття виборчої та передвиборчої кампанії. Адресна виборча кампанія. Виборча кампанія та її різновиди. Етапи виборчої кампанії. Ресурси виборчої кампанії. Фінансування виборчої кампанії.

*Основні поняття:* виборча кампанія, ресурси, політичний ринок, електоральне поле.

#### **Тема 3. Електоральний менеджмент**

Вивчення стратегічних проектів виборчої кампанії. Базові засади стратегічного планування. Політичний та електоральний (виборчий) менеджмент. Стратегія і тактика виборчої кампанії. Виборча команда та виборчий штаб. Структура виборчого штабу, „кухонний кабінет“. Громадськість та вибори.

*Основні поняття:* стратегічне планування, виборча команда, виборчий штаб, «кухонний кабінет».

#### **Тема 4. Електоральна комунікація.**

Масова комунікація. Виборча пропаганда та агітація. Форми виборчої агітації. Рекламна комунікація. Друкована політична реклама. Зовнішня реклама. Поширення інформаційно-пропагандистських матеріалів.

Особистісна комунікація з виборцями. Характеристики кандидата. Особистий контакт кандидата з виборцями. Закономірності впливу на виборців. Форми особистих контактів з виборцями.

*Основні поняття:* політична реклама, пропаганда, агітація, комунікація.

#### **Тема 5. PR у виборчій кампанії.**

ЗМІ та вибори. Комунікативні стратегії у виборчому менеджменті. PR і „чорний“ PR. Різновиди PR. Специфіка та особливості виборчого PR. PR-менеджер: правила роботи із ЗМІ. Як налагодити ефективну комунікацію.

*Основні поняття:* зв'язки з громадськістю, PR, «чорний», «білий», «сірий» PR.

#### **Тема 6. Маніпулювання у виборчій кампанії.**

Соціотехніки виборчого менеджменту. Основні маніпулятивні технології впливу на виборців. Новітні технології маніпулювання. Соціальні мережі та вірусний маркетинг у виборчій кампанії.

*Основні поняття:* маніпуляція, вплив, соціальні мережі, вірусний маркетинг.

### **Тема 7. Іміджеологія та іміджмейкінг.**

Загальні основи іміджеології та іміджмейкінгу. Формування іміджу політика. Іміджеологія. Іконіка. Іміджмейкінг. Поведінка кандидата в умовах компрометуючого впливу. Формування іміджу партії.

*Основні поняття:* імідж, іміджмейкінг, політичний лідер, харизма.

### **Тема 8. Виборчі технології та виборчі мистецтво.**

Виборчі технології та їх різновиди. Базові та диференційні виборчі технології. Виборче мистецтво. Експерименти з ідентичністю, етнічністю й упередженнями у політиці.

*Основні поняття:* виборчі технології, «брудні» технології, «війна компроматів», дезінформація,

## **6. Теми та зміст семінарських/практичних занять навчальної дисципліни.**

### **Вступна частина**

#### **Тема 1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії.**

##### **Вступ до курсу**

1. Сутність та структура менеджменту виборчої кампанії
2. Функції менеджменту виборчої кампанії.
3. Методи і методологія дослідження.
4. Основні категорії.

*Основні поняття:* виборча кампанія, електоральний менеджмент і маркетинг, політичний процес.

#### **Тема 2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси**

1. Виборча і передвиборча кампанія.
2. Адресна виборча кампанія.
3. Етапи виборчої кампанії.
4. Ресурси виборчої кампанії.
5. Фінансування виборчої кампанії

*Основні поняття:* виборча кампанія, ресурси, політичний ринок, електоральне поле.

#### **Тема 3. Електоральний менеджмент**

1. Електоральний (виборчий) менеджмент
2. Виборча команда і виборчий штаб.
3. Структура виборчого штабу
4. Громадськість і вибори

*Основні поняття:* стратегічне планування, виборча команда, виборчий штаб, «кухонний кабінет».

#### **Тема 4. Електоральна комунікація.**

1. Масова виборча комунікація.
2. Форми виборчої агітації
3. Особиста виборча комунікація
4. Характеристики кандидата
5. Форми особистої комунікації з виборцями

*Основні поняття:* політична реклама, пропаганда, агітація, комунікація

#### **Тема 5. PR у виборчій кампанії.**

1. ЗМІ та вибори.
2. Комунікативні стратегії у виборчому менеджменті.
3. Різновиди PR.
4. Специфіка та особливості виборчого PR.

*Основні поняття:* зв'язки з громадськістю, PR, «чорний», «білий», «сірий» PR.

#### **Тема 6. Маніпулювання у виборчій кампанії**

1. Поняття та особливості політичного маніпулювання
2. Маніпулятивні технології
3. Соціальні мережі і маніпулювання
4. Як протидіяти маніпуляції

*Основні поняття:* маніпуляція, вплив, соціальні мережі, вірусний маркетинг.

#### **Тема 7. Іміджеологія та іміджмейкінг**

1. Поняття та особливості формування іміджу партії/кандидата
2. Поведінка кандидата в умовах компрометуючого впливу
3. Правила успішного іміджмейкінгу
4. Особливості іміджу українських політичних лідерів

*Основні поняття:* імідж, іміджмейкінг, політичний лідер, харизма.

#### **Тема 8. Виборчі технології та виборчі мистецтва**

1. Виборчі технології та їх різновиди
2. Базові виборчі технології
3. Диференційні виборчі технології
4. Вибори як мистецтво

*Основні поняття:* виборчі технології, «брудні» технології, «війна компроматів», дезінформація.

## 6. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії. Вступне заняття. Вступ до курсу	9
2	Тема 2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси	9
3	Тема 3. Електоральний менеджмент	9
4	Тема 4. Електоральна комунікація	9
5	Тема 5. PR у виборчій кампанії.	9
6	Тема 6. Маніпулювання у виборчій кампанії	9
7	Тема 7. Іміджеологія та іміджмейкінг	9
8	Тема 8. Виборчі технології та виборчі мистецтва	9
	Разом	72

## 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.

Оцінка знань, умінь і практичних навиків студента з курсу «Політичний менеджмент і маркетинг» здійснюється за 100-бальною шкалою.

Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

- практичні/самостійні тощо – 60% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 60);
- контрольні заміри (модулі) – 40% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 40);
- залік – сума балів зароблених під час навчання.

Поточний контроль знань студентів проводять за трьома складовими:

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

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). Контроль знань за результатами вивчення змістовного модуля оцінюється в 20 балів. Форма підсумкового контролю – залік в кінці семестру.

Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів із дисципліни, котра завершується заліком, становить за поточну успішність 100 балів. Залік виставляється за підсумками роботи студента протягом семестру.

Поточний контроль та самостійна робота								Сума
Змістовий модуль 1								100
1	2	3	4	5	6	7	8	

1, 2 ... 7 – теми семінарських занять у рамках змістовного модуля.

При оформленні документів за залікову 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
2 (незадовільно)	25-50	FX	Незадовільно
	0-24	F	Незадовільно без права перездачі

## 10. Контрольні питання для підсумкового контролю (заліку)

1. Поняття виборчого менеджменту
2. Поняття виборчої кампанії
3. Різновиди виборчої кампанії
4. Етапи виборчої кампанії
5. Ресурси виборчої кампанії
6. Фінансування виборчої кампанії
7. Стратегічне планування виборчої кампанії
8. Стратегічні проекти виборчої кампанії
9. Виборча команда
10. Виборчий штаб
11. Структура виборчого штабу
12. Громадськість та вибори
13. Виборча пропаганда та агітація
14. Політична реклама
15. Друковані ЗМІ
16. Соціальні медіа у політиці
17. Зовнішня реклама
18. Digital-маркетинг у політиці
19. Характеристики кандидата у депутати
20. Загальні закономірності впливу на виборців
21. Форми особистих контактів з виборцями
22. Правове регулювання участі мас-медіа у виборах
23. Політична реклама
24. PR і зв'язки з громадськістю

25. Чорний, білий і сірий PR
26. Як працювати із ЗМІ на виборах
27. Загальні основи іміджеології та іміджмейкінгу
28. Формування іміджу політика
29. Поведінка політика в умовах компрометуючого впливу
30. Формування іміджу партії
31. Маніпулювання свідомістю виборців
32. Виборчі технології та їх різновиди
33. Базові та диференційні виборчі технології
34. Виборче мистецтво
35. Нові медіа у політиці