

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка

Філософський факультет
Кафедра політології

Затверджено

На засіданні кафедри політології філософського факультету Львівського національного університету імені Івана Франка (протокол № 1 від 26.08.2022 р.)

Завідувач кафедри  проф. Романюк А.С.

**Силабус з навчальної дисципліни
«Технології виборчих кампаній»,
що викладається в межах ОПШ «Політологія»
другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів
зі спеціальності 052 «Політологія»**

Назва курсу	Технології виборчих кампаній
Адреса викладання курсу	м. Львів, вул. Університетська – 1, кім. 206
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Філософський факультет, кафедра політології
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань: 05 – Соціальні та поведінкові науки, спеціальність: 052 Політологія
Викладачі курсу	Романюк Анатолій Семенович, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедру політології
Контактна інформація викладачів	Електронна адреса: anatoliy.romanyuk@lnu.edu Сторінка викладача: https://filos.lnu.edu.ua/employee/romaniuk-a-s Місце знаходження: Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, ауд. 206
Консультації по курсу відбуваються	Щопонеділка, 14:00 – 15:00, вул. Університетська – 1, ауд.206 + У день проведення лекцій/семінарських занять. Також можливі он-лайн консультації через засоби віддаленого відео- й аудіозв'язку та емейлінг на електронну адресу викладача.
Сторінка курсу	https://filos.lnu.edu.ua/course/tekhnolohiia-vyborchoi-kampanii
Інформація про курс	Дисципліна «Технології виборчих кампаній» є завершальною нормативною/вибірковою дисципліною з спеціальності 052 Політологія для освітньої програми підготовки магістрів, яка викладається в першому семестрі в обсязі 4 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	В межах навчального курсу опрацьовується «Виборчий кодекс України» стосовно виборів Президента України, Верховної ради та місцевих виборів. Розглядаються результати його застосування на прикладі конкретних виборів. Вивчаються вимоги та практика формування виборчих штабів стосовно всіх виборів, їх структура, основні функціональні завдання та принципи оцінки роботи. Послідовно вивчається виборчий календар від моменту проголошення виборів до дня голосування. Особлива увага приділена питанням основних виборчих технологій, ролі та значення соціологічних досліджень, контролю за роботою виборчого штабу. Магістри вчать формувати виборчу стратегію, комунікації з кандидатами, партійною структурою, виборцями, ЗМІ, політичними опонентами та конкурентами.
Мета та цілі курсу	Метою вивчення нормативної/вибіркової дисципліни «Технології виборчих кампаній» є ознайомлення студентів із завданнями підготовки, проведення та аналізу виборчих кампаній. Магістранти повинні оволодіти сучасними підходами та інструментами підготовки, проведення виборчої кампанії на всіх етапах.

**Література для
вивчення
дисципліни**

Основна література:

Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010.

Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013.

Рекомендована література:

Багмет М. Політичні меседжі в передвиборчій боротьбі в Україні. *Політичний менеджмент*. 2009. № 6. С. 72-85.

Бєбик В. М. Менеджмент виборчої кампанії. Ресурси. Технології. Маркетинг. К., 1997.

Бокоч В.М. Електоральний маркетинг в політичному процесі: міжнародний досвід : монографія. Ужгород: Поліграфцентр «Ліра», 2015.

Буркут І., Колесников О. Виборчі технології: регіональний досвід. Букрек. 2009. 240 с.

Бунь В. Електоральний вибір: суть та основні складові. *Вісник Львівського університету. Філософські науки*. 2008. Вип.11. С.192-202.

Бучин М. Адміністративний ресурс: суть та типологія. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: зб. наук. праць*. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2007. Вип.19. С. 56 -62.

Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009.

Варій М.Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: навчально-методичний посібник. К.: Ельга Ніка-Центр, 2003.

Виборча реформа: шлях довжиною в десятиліття. Київ, 2021.

Дзядик Ю. Соціологічний аналіз результатів виборів. Глобальні аспекти. *Вибори та демократія*. 2007. № 3. С. 29-36.

Дузь О. Інформмаційно-комунікаційні технології як складова парламентських виборів. *Політичний менеджмент*. 2009. № 3. С.153 – 164.

Європейський демократичний доробок у галузі виборчого права. Матеріали Венеціанської Комісії, органів ради; пер. з англ./ за ред. Ю.Ключковського. Вид. 2-ге, випр. і доповн. К.: Логос, 2009.

Зельницький А. Політичні партії і вибори. Довідник партійного працівника. Київ, 2003.

Клюжев О. Базові теоретичні підходи до поняття «електоральний простір» та його інтерпретації. *Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації*. 2010. № 2. С. 28 – 33.

Колесников О. Роль інформаційних технологій в українських виборчих кампаніях 2001 – 2006 рр. *Вісник ЦВК*. 2007. № 2. С. 68 – 75.

Колесников О. Виборча кампанія в Україні: пошук оптимальної моделі. *Сучасна українська політика. Політики та політологи про неї*. 2009. Вип.18. С. 202 – 212.

Колесников О. Еволюція виборчих технологій у контексті демократичних процесів в Україні. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2011. № 2. С.54 – 64.

Кочубей Л. Методи соціально-психологічного впливу на електорат. *Політичний менеджмент*. 2004. № 1. С. 99 – 106.

Кочубей Л. Проблема дослідження електорального простору. *Політичний менеджмент*. 2005. № 2. С. 108 – 118.

Кочубей Л. *Виборчі технології: навч. посіб.* К.: Український центр політичного менеджменту, 2008.

Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні». Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2007.

Корнієнко В.О. *Політичний менеджмент*. К.: Академія, 2008.

Михайлич О. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих компаній. *Політичний менеджмент*. 2010. № 1. С. 123 – 133.

Мокан Л.О. Проблема ефективності виборчих технологій та їх ресурсного забезпечення. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. 2010. Вип. 19. С. 165 – 174.

Остаточний звіт спотсереження Опори на чергових виборах Президента України 2019 року. Київ, 2020.

Політичні партії і вибори: українські та світові практики: збірник статей і тез за результатами наукової конференції «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 8 жовтня 2016 року / за редакцією А.Романюка. Львів: Простір-М, 2017.

Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами наук. конф. «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 3 листопада 2018 року / відп. за випуск А.Романюк, В.Литвин, І.Осадчук. Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2019. Вип. 3.

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, 2020. Вип. 4.

Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами п'ятої міжнародної наукової конференції «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 28 листопада 2020 року / за ред. Анатолія Романюка і Віталія Литвина. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021. Вип. 5.

Романюк А.С. *Історія західних політичних вчень: Політичні доктрини ХХ – початку ХХІ ст.: навч. посіб.* К.: Знання, 2011.

Романюк А. Президентські і парламентські вибори 2019 р.: особливості кампаній, чинники вибору громадян, наслідки для країни. *Національна безпека і оборона*. 2018. № 3-4 (175-176). С. 102 – 104.

Семенюк Т.Ю. Інформаційна складова передвиборчої боротьби політичних партій. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. 2010. Вип. 20. С. 211-223.

Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004.

Тищенко Ю. Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку / Ю.Тищенко, Я.Варивода, С.Конончук та ін. Київ: Український незалежний центр політичних досліджень, 2007.

	<p>Тищенко Ю. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / Ю. Тищенко, П.Байор, М.Товт, С. Горобчишина . Київ.: УНЦПД, 2010.</p> <p>Форми та методи залучення громадськості: навч. посіб. / [Ф.М.Рудич, Р.В.Балабан, Ю.С.Ганжуров та ін.]. Київ: Либідь, 2008.</p> <p>Хорішко Л. Партійний бренд як фактор технологізації політичного процесу. <i>Сучасна українська політика</i>. 2010. Вип. 21. С.169 – 177.</p> <p>Черкашин К. Використання геоінформаційних систем у виборчих кампаніях. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 2. С.99 – 111.</p> <p>Шведа Ю. Деструктивні виборчі технології в українській виборчій практиці. <i>Науковий Вісник Ужгородського університету. Сер. Політологія. Соціологія. Філософія</i>. 2010. Вип. 15. С. 117 – 121.</p> <p style="text-align: center;">Інформаційні ресурси</p> <p>Книжкова палата України імені Івана Федорова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrbook.net/</p> <p>Львівська національна наукова бібліотека імені В. Стефаніка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.library.lviv.ua/</p> <p>Наукова бібліотека ім. В. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка [Електронний ресурс]. – Доступ : http://lib-gw.univ.kiev.ua/</p> <p>Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.lnu.edu.ua/bibl/</p> <p>Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського : електронні фахові видання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbu.gov.ua</p> <p>Національна історична бібліотека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.dibu.kiev.ua/</p> <p>Національна парламентська бібліотека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nplu.org/</p> <p>Харківська державна наукова бібліотека України імені В. Короленка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://korolenko.kharkov.com/</p> <p>Центральна виборча комісія України : www.cvk.gov.ua – офіційний сайт Центральної виборчої комісії України</p> <p>ВГО «Комітет виборців України» : www.cvu.org.ua</p> <p>Громадянська мережа ОПОРА: www.opora.org.ua</p>
Тривалість курсу	1 семестр/120 год.
Обсяг курсу	Загалом 120 годин, зокрема 48 годин аудиторних занять. З них: 32 годин лекцій, 16 годин практичних занять та 72 годин самостійної роботи.

<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>У результаті успішного проходження курсу студент набуде <i>Загальні компетенції (ЗК)</i>:</p> <p>ЗК03. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК05. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК06. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК07. Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.</p> <p>ЗК09. Здатність до підготовки рекомендацій і проектів рішень на основі аналізу інформації.</p> <p>ЗК10. Володіння методами вивчення суспільних феноменів, явищ і процесів.</p> <p><i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</i>:</p> <p>СК01. Усвідомлення природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації;</p> <p>СК06. Здатність використовувати широкий спектр концептів і методів для інтерпретації та аналізу політики на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.</p> <p>СК07. Спроможність ефективно виконувати політико-організаційні, експертно-аналітичні та консультаційні функції на національному та міжнародному рівні.</p> <p>СК08. 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.</p> <p><i>Програмні результати навчання:</i></p> <p>ПР04. 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.</p> <p>ПР07. Здійснювати управління складною діяльністю у сфері політики, політології та у ширших контекстах, розробляти плани і заходи з їх реалізації, забезпечувати якість освіти, оцінювати ефективність і результативність діяльності.</p> <p>ПР13. Розрізняти, визначати й різносторонньо оцінювати моделі виборчих кампаній і «ціну кандидатів» у них, оптимальний виборчий округ для балотування, організувати та компонувати фандрайзінг, оптимальну модель виборчого штабу, відбір претендентів і розподіл повноважень у виборчому штабі, паспорт виборчого округу, елементи й матеріали політичної реклами, «розкрутку» і «просування» іміджу кандидатів в рамках виборчих</p> <p>Після завершення цього курсу студент буде :</p> <p>___ знати :</p> <p>значення та головні вимоги щодо виборчої кампанії; вимоги та функціональні завдання виборчого штабу; послідовність дій під час виборчої кампанії та головні загрози санкцій і негативного результату.</p>
---------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>вміти: визначати «головного виборця» кандидата; формуванню стратегію виборчої кампанії; готувати виборчу програму та ключові повідомлення; обирати головні технологічні дії, окреслювати їх послідовність під час кампанії; розуміти сутність загроз, що детерміновані логістикою виборчої кампанії та основними технологіями, які застосовують конкуренти; ддформуванню завдання щодо роботи структурних підрозділів виборчого штабу у День виборів.</p>
Ключові слова	Вибори, виборчі технології, виборчий штаб, виборчий процес, день виборів
Формат курсу	Очний/ онлайн
Теми	Детально див. Додаток «Схему курсу»
Підсумковий контроль, форма	Іспит в кінці семестру комбінований
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з курсів: «Псефологія» та «Партії і партійні системи», достатніх для сприйняття категоріального апарату навчального курсу, розуміння джерел, рекомендованих в межах курсу _____
Навчальні методи та техніки, необхідні для опанування курсу	Презентації, лекції, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки, групові розрахункові роботи, навчальні спільноти, тьюторство і т.д.), проектно-орієнтоване навчання, дискусія, семінари, самостійна робота, аналіз статистичних баз даних. Навчальні методи: пояснювально-ілюстративний, частково-пошуковий, інтерактивний, активізації навчання.
Необхідне обладнання	Вивчення курсу потребуватиме залучення персонального комп'ютера (принаймні лектором) і мультимедійного проектора. Крім того, бажано, щоби студенти також користувались персональними комп'ютерами. Для курсу не потрібно спеціалізованого програмного забезпечення (хоча воно може використовуватись за бажанням). Тим не менше, потрібне впевнене користування загальноживаними програмами й операційними системами (з метою подання електронних матеріалів – електронна пошта, платформи Microsoft Teams, Zoom, Telegram, Moodle тощо). Також для курсу бажане володіння мінімальними навиками роботи з базами та масивами даних й інформації.

<p>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</p>	<p>Оцінювання проводиться 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).</p> <p>Підсумкова максимальна кількість балів упродовж семестру – 100.</p> <p>Письмові та проектні роботи: Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт, серед яких вирішення кейсів, а також розрахункові роботи.</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування і втручання в роботу інших студентів становлять, однак не обмежують прикладів можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак цього є підставою для незарахування тієї або іншої роботи студента викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відповідно, жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p> <p>Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Студенти повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися всіх термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.</p> <p>Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед основних і додаткових.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні й поточному навчанні, в самостійній роботі і бали підсумкового екзамену (в комбінованому форматі). При цьому, обов'язково враховуються присутність на заняттях й активність студента під час практичного заняття, списування і плагіат, несвоєчасне виконання поставлених завдань.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Питання до заліку чи екзамену.</p>	<p align="center">Контрольні питання з предмету „Технології виборчих кампаній”</p> <p>Дати аналіз актуального виборчого законодавства (президентські, парламентські та місцеві вибори)</p> <p>Коли і як починати виборчу кампанію?</p> <p>Що слід зробити до моменту початку виборчої кампанії?</p> <p>Що має бути у виборчій програмі кандидата?</p> <p>Які етапи є обов’язковими під час виборчої кампанії?</p> <p>На яких каналах ЗМІ включно з мережею Інтернет кандидат має бути обов’язково?</p> <p>Безпосередні контакти кандидата і виборців: коли, скільки, які форми і для чого?</p> <p>Чи потрібно брати участь у передвиборчих дебатах?</p> <p>Чи необхідно розміщати платну рекламу: де, коли, скільки і для чого?</p> <p>Про що слід пам’ятати і яких помилок слід уникати під час спілкування із ЗМІ?</p> <p>Що має бути на виборчому плакаті?</p> <p>Що має бути на інтернет сторінці кандидата?</p> <p>Про що слід писати в суспільних мережах?</p> <p>Як часто мають виходити/бути розміщені публікації на офіційному сайті кандидата, в суспільних мережах?</p> <p>Яка має бути структура виборчого штабу щодо різних видів виборів?</p> <p>Хто має вести польові проекти?</p> <p>Скільки і які польові проекти мають бути реалізовані під час різних видів виборів?</p> <p>Як проводити агітацію в сільській місцевості?</p> <p>Лідери громадської думки – хто вони і як з ними працювати?</p> <p>Що має бути/які питання мають бути в соціологічній анкеті?</p> <p>Для чого слід проводити фокус групу і які завдання мають стояти?</p> <p>Як визначити базовий електорат кандидата/політичної партії?</p> <p>Що слід зробити в останній тиждень, щоб не втратити результат?</p> <p>Як слід реагувати на критику власного кандидата?</p> <p>Що робити з недоліками кандидата і як їх приховати/перевести в позитив?</p> <p>Чи потрібно брендувати виборчу кампанію?</p> <p>Як слід готуватися до виборів у міжвиборчий період?</p> <p>Вимоги до кандидатів з партійного списку.</p>
<p>Опитування</p>	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

Схема курсу: Технології виборчої кампанії

Тиж. / год	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література / Ресурси в інтернеті	Завдання, год.	Термін виконання
1 03.09 13 год.	Тема 1. Вибори і виборча кампанія. Визначення «власного виборця»	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. 4. 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, 2020. Вип. 4. 	Самостійна робота по темі (Виборча програма і партійна ідеологія та очікування виборців) 9 год.	09.09
2 10.09 2 год.	Тема 2. Виборча програма і партійна ідеологія та очікування виборців	Семінар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. 4. 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, 2020. Вип. 4. 5. Романюк А.С. Історія західних політичних вчень: Політичні доктрини ХХ – початку ХХІ ст.: навч.посіб. К.: Знання, 2011. 		
3 17.09 4 год.	Тема 3. Ресурси та фінансування виборчої кампанії	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Бунь В. Електоральний вибір: суть та основні складові. <i>Вісник Львівського університету. Філософські науки.</i> 2008. Вип.11. С.192-202. 		

			<ol style="list-style-type: none"> 4. Бучин М. Адміністративний ресурс: суть та типологія. <i>Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: зб. наук. праць</i>. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2007. Вип.19. С. 56 -62. 5. Мокан Л.О. Проблема ефективності виборчих технологій та їх ресурсного забезпечення. <i>Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї</i>. 2010. Вип. 1 9. С. 165 – 174. 6. Політичні партії і вибори: українські та світові практики: збірник статей і тез за результатами наукової конференції «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 8 жовтня 2016 року / за редакцією А.Романюка. Львів: Простір-М, 2017. 7. Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами наук. конф. «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 3 листопада 2018 року / відп. за випуск А.Романюк, В.Литвин, І.Осадчук . Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2019. Вип. 3. 8. Романюк А.С. Історія західних політичних вчень: Політичні доктрини ХХ – початку ХХІ ст.: навч.посіб. К.: Знання, 2011. 9. Форми та методи залучення громадськості: навч. посіб. / [Ф.М.Рудич, Р.В.Балабан, Ю.С.Ганжуров та ін.]. Київ: Либідь, 2008. 		
4 24.09 13 год.	Тема 4. Визначення стратегії та моделі виборчої кампанії	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. 4. Європейський демократичний доробок у галузі виборчого права. Матеріали Венеціанської Комісії, органів ради; пер. з англ./ за ред. Ю.Ключковського. Вид. 2-ге, випр. і доповн. К.: Логос, 2009. 5. Ключев О. Базові теоретичні підходи до поняття «електоральний простір» та його інтерпретації. <i>Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації</i>. 2010. № 2. С. 28 – 33. 6. Колесников О. Роль інформаційних технологій в українських виборчих кампаніях 2001 – 2006 рр. Вісник ЦВК. 2007. № 2. С. 68 – 75. 7. Колесников О. Виборча кампанія в Україні: пошук оптимальної моделі. <i>Сучасна українська політика. Політики та політологи про неї</i>. 2009. Вип.18. С. 202 – 212. 	Самостійна робота по темі (<i>Визначення стратегії та моделі виборчої кампанії</i>) аналіз практичних кейсів 9 год.	30.09
5 1.10 2 год.	Тема 4. Визначення стратегії та	Семинар, групова робота,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 		

	моделі виборчої кампанії	дискусія, тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. Європейський демократичний доробок у галузі виборчого права. Матеріали Венеціанської Комісії, органів ради; пер. з англ./ за ред. Ю.Ключковського. Вид. 2-ге, випр. і доповн. К.: Логос, 2009. Клюжев О. Базові теоретичні підходи до поняття «електоральний простір» та його інтерпретації. <i>Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації</i>. 2010. № 2. С. 28 – 33. Колесников О. Роль інформаційних технологій в українських виборчих кампаніях 2001 – 2006 рр. <i>Вісник ЦВК</i>. 2007. № 2. С. 68 – 75. Колесников О. Виборча кампанія в Україні: пошук оптимальної моделі. <i>Сучасна українська політика. Політики та політологи про неї</i>. 2009. Вип.18. С. 202 – 212. 		
6 8.10 4 год.	Тема 5. Ключові повідомлення: зміст, послідовність і спосіб донесення	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. Багмет М. Політичні меседжі в передвиборчій боротьбі в Україні. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 6. С. 72-85. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. Виборча реформа: шлях довжиною в десятиліття. Київ, 2021. Колесников О. Виборча кампанія в Україні: пошук оптимальної моделі. <i>Сучасна українська політика. Політики та політологи про неї</i>. 2009. Вип.18. С. 202 – 212. Колесников О. Еволюція виборчих технологій у контексті демократичних процесів в Україні. <i>Вісник Центральної виборчої комісії</i>. 2011. № 2. С.54 – 64. Романюк А. Президентські і парламентські вибори 2019 р.: особливості кампаній, чинники вибору громадян, наслідки для країни. <i>Національна безпека і оборона</i>. 2018. № 3-4 (175-176). С. 102 – 104. Тищенко Ю. Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку / Ю.Тищенко, Я.Варивода, С.Конончук та ін. Київ: Український незалежний центр політичних досліджень, 2007. 		

7 15.10 13 год.	Тема 6. Соціологічні дослідження: функціональне навантаження	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Варій М.Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: навчально-методичний посібник. К.: Ельга Ніка-Центр, 2003. 4. Кочубей Л. Методи соціально-психологічного впливу на електорат. <i>Політичний менеджмент</i>. 2004. № 1. С. 99 – 106. 5. Михайлич О. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих компаній. <i>Політичний менеджмент</i>. 2010. № 1. С. 123 – 133. 6. Остаточний звіт спотсереження Опори на чергових виборах Президента України 2019 року. Київ, 2020. 	Самостійна робота по темі (Соціологічні дослідження) аналіз практичних кейсів 9 год.	21.10
8 22.10 2 год.	Тема 6. Соціологічні дослідження: послідовність і технологія	Семінар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Варій М.Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: навчально-методичний посібник. К.: Ельга Ніка-Центр, 2003. 4. Кочубей Л. Методи соціально-психологічного впливу на електорат. <i>Політичний менеджмент</i>. 2004. № 1. С. 99 – 106. 5. Михайлич О. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих компаній. <i>Політичний менеджмент</i>. 2010. № 1. С. 123 – 133. 6. Остаточний звіт спотсереження Опори на чергових виборах Президента України 2019 року. Київ, 2020. 		
9 29.10 4 год.	Тема 7. Структура виборчого штабу	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. 4. Дузь О. Інформмаційно-комунікаційні технології як складова парламентських виборів. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 3. С.153 – 164. 5. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні». Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2007. 6. Політичні партії і вибори: українські та світові практики: збірник статей і тез за результатами наукової конференції «Політичні партії і вибори: 		

			<p>українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 8 жовтня 2016 року / за редакцією А.Романюка. Львів: Простір-М, 2017.</p> <p>7. Політичні партії і вибори: українські та світові практики: зб. ст. і тез за результатами наук. конф. «Політичні партії і вибори: українські та світові практики» (пам'яті Юрія Романовича Шведа) від 3 листопада 2018 року / відп. за випуск А.Романюк, В.Литвин, І.Осадчук . Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2019. Вип. 3.</p> <p>8. Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004.</p>		
10 5.11 22 год.	Тема 8. Організація роботи ОВК і ДВК	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<p>1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010.</p> <p>2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013.</p> <p>3. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009.</p> <p>4. Дузь О. Інформаційно-комунікаційні технології як складова парламентських виборів. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 3. С.153 – 164.</p> <p>5. Форми та методи залучення громадськості: навч. посіб. / [Ф.М.Рудич, Р.В.Балабан, Ю.С.Ганжуров та ін.]. Київ: Либідь, 2008.</p>	Самостійна робота по темі (Польові проекти) аналіз практичних кейсів 18 год.	11.11
11 12.11 2 год.	Тема 9. Польові проекти	Семінар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год.	<p>1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010.</p> <p>2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013.</p> <p>3. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009.</p> <p>4. Колесников О. Роль інформаційних технологій в українських виборчих кампаніях 2001 – 2006 рр. Вісник ЦВК. 2007. № 2. С. 68 – 75.</p> <p>5. Кочубей Л. Проблема дослідження електорального простору. <i>Політичний менеджмент</i>. 2005. № 2. С. 108 – 118.</p> <p>6. Кочубей Л. Виборчі технології: навч. посіб. К.: Український центр політичного менеджменту. 2008.</p> <p>7. Семенюк Т.Ю. Інформаційна складова передвиборчої боротьби політичних партій. <i>Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї</i> . 2010. Вип. 20. С. 211-223.</p> <p>8. Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004.</p> <p>9. Черкашин К. Використання геоінформаційних систем у виборчих кампаніях. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 2. С.99 – 111.</p>		
12 19.11 2 год.	Тема 9. Польові проекти	Семінар, групова робота,	<p>1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010.</p>		

		дискусія, тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. Колесников О. Роль інформаційних технологій в українських виборчих кампаніях 2001 – 2006 рр. Вісник ЦВК. 2007. № 2. С. 68 – 75. Кочубей Л. Проблема дослідження електорального простору. <i>Політичний менеджмент</i>. 2005. № 2. С. 108 – 118. Кочубей Л. Виборчі технології: навч. посіб. К.: Український центр політичного менеджменту. 2008. Семенюк Т.Ю. Інформаційна складова передвиборчої боротьби політичних партій. <i>Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї</i> . 2010. Вип. 20. С. 211-223. Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004. Черкашин К. Використання геоінформаційних систем у виборчих кампаніях. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 2. С.99 – 111. 		
13 26.11 13 год.	Тема 10. <i>Контроль за роботою виборчого штабу</i>	Лекція, презентація, дискусія – 4 год.	<ol style="list-style-type: none"> Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. Бучин М. Ресурси виборчої кампанії та особливості їх використання в Україні: монографія . Львів, 2009. Колесников О. Роль інформаційних технологій в українських виборчих кампаніях 2001 – 2006 рр. Вісник ЦВК. 2007. № 2. С. 68 – 75. Кочубей Л. Проблема дослідження електорального простору. <i>Політичний менеджмент</i>. 2005. № 2. С. 108 – 118. Кочубей Л. Виборчі технології: навч. посіб. К.: Український центр політичного менеджменту. 2008. Семенюк Т.Ю. Інформаційна складова передвиборчої боротьби політичних партій. <i>Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї</i> . 2010. Вип. 20. С. 211-223. Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004. Черкашин К. Використання геоінформаційних систем у виборчих кампаніях. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 2. С.99 – 111. 	Самостійна робота по темі (<i>Комунікація із конкурентами</i>) аналіз практичних кейсів 9 год.	02.12
14 03.12 11 год.	Тема 11. <i>Комунікація із конкурентами</i>	Семінар, групова робота, дискусія,	<ol style="list-style-type: none"> Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 	Самостійна робота по темі (<i>Комунікація із ЗМІ, державними та громадськими</i>)	09.12

		тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> 3. Багмет М. Політичні меседжі в передвиборчій боротьбі в Україні. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 6. С. 72-85. 4. Виборча реформа: шлях довжиною в десятиліття. Київ, 2021. 5. Зельницький А. Політичні партії і вибори. Довідник партійного працівника. Київ, 2003. 6. Колесников О. Виборча кампанія в Україні: пошук оптимальної моделі. <i>Сучасна українська політика. Політики та політологи про неї</i>. 2009. Вип.18. С. 202 – 212. 7. Кочубей Л. Виборчі технології: навч. посіб. К.: Український центр політичного менеджменту. 2008. 8. Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004. 9. Тищенко Ю. Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку / Ю.Тищенко, Я.Варивода, С.Конончук та ін. Київ: Український незалежний центр політичних досліджень, 2007. 	<i>структурами)</i> практичні кейси 9 год.	
15 10.12 11 год.	Тема 12. Комунікація із ЗМІ, державними та громадськими структурами	Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Багмет М. Політичні меседжі в передвиборчій боротьбі в Україні. <i>Політичний менеджмент</i>. 2009. № 6. С. 72-85. 4. Зельницький А. Політичні партії і вибори. Довідник партійного працівника. Київ, 2003. 5. Колесников О. Виборча кампанія в Україні: пошук оптимальної моделі. <i>Сучасна українська політика. Політики та політологи про неї</i>. 2009. Вип.18. С. 202 – 212. 6. Кочубей Л. Виборчі технології: навч. посіб. К.: Український центр політичного менеджменту. 2008. 7. Сучасний виборчий PR / кер. авт. кол. В.В.Лісничий. Київ, 2004. 8. Тищенко Ю. Питання ефективної комунікації політичних партій з виборцями в контексті формування публічної політики: пріоритети розвитку / Ю.Тищенко, Я.Варивода, С.Конончук та ін. Київ: Український незалежний центр політичних досліджень, 2007. 	Самостійна робота по темі (Правові та практичні питання щодо підготовки та проведення Дня виборів) 9 год.	16.12
16 17.12 2 год.	Тема 13. День виборів	Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Шведа Ю. Партії та вибори. Енциклопедичний словник / Ю.Шведа – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. Посібник / Ю.Шведа – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 3. Дзядик Ю. Соціологічний аналіз результатів виборів. Глобальні аспекти. <i>Вибори та демократія</i>. 2007. № 3. С. 29-36. 		

		Підсумковий модульний контроль	4. Дузь О. Інформмаційно-комунікаційні технології як складова парламентських виборів. <i>Політичний менеджмент</i> . 2009. № 3. С.153 – 164. 5. Черкашин К. Використання геоінформаційних систем у виборчих кампаніях. <i>Політичний менеджмент</i> . 2009. № 2. С.99 – 111.		
Разом		48 – ауд.		72 – сам.	
120 год.					