

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 № \_\_ від \_\_\_\_\_ 2021 р.)

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ проф. Романюк А.С.

**Силабус з навчальної дисципліни  
«Менеджмент і аналіз виборчої кампанії»,**

**що викладається в межах ОПШ «Політологія»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів  
зі спеціальності 052 «Політологія»  
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»**

<b>Назва дисципліни</b>	Менеджмент і аналіз виборчої кампанії
<b>Адреса викладання дисципліни</b>	м. Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, 79000
<b>Факультет та кафедра, за якими закріплена дисципліна</b>	Філософський факультет, кафедра політології
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» Спеціальність 052 «Політологія»
<b>Викладачі дисципліни</b>	Сліпецька Юлія Миронівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри політології ЛНУ ім. І. Франка
<b>Контактна інформація викладачів</b>	Електронна адреса: <a href="mailto:yuliya.slipetska@lnu.edu.ua">yuliya.slipetska@lnu.edu.ua</a> Сторінка викладача: <a href="http://filos.lnu.edu.ua/employee/">http://filos.lnu.edu.ua/employee/</a> Місце знаходження: Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, вул. Університетська 1, ауд. 206
<b>Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються</b>	Щоп'ятниці, 16:40-18:00 год.(філософський факультет, кафедра політології, 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.
<b>Сторінка дисципліни</b>	<a href="https://filos.lnu.edu.ua/course/menedzhment-ta-analiz-vyborchoi-kampanii">https://filos.lnu.edu.ua/course/menedzhment-ta-analiz-vyborchoi-kampanii</a>
<b>Інформація про дисципліну</b>	Навчальна дисципліна «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» є нормативним курсом зі спеціальності 052 «Політологія» для освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, яка викладається в V семестрі в обсязі 4 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою, ECTS).
<b>Коротка анотація дисципліни</b>	Навчальна дисципліна «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» присвячена проблематиці виборчих кампаній і особливостей їх проведення у залежності від інституту обрання та типу виборчої системи. Дисципліна розроблена як крос-дисциплінарна, 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.
<b>Мета та цілі дисципліни</b>	Метою вивчення нормативної дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії» є ознайомлення студентів із призначенням та специфікою менеджменту виборчих кампаній, а також із сутністю, різновидами та особливостями виборчих технологій.
<b>Література для вивчення дисципліни</b>	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:

6. Камуз А. Аналіз особливостей менеджменту виборчої кампанії в сучасних реаліях. -Державне будівництво. – № 1/2016
7. Королько В. Г. Основи пабликрейшнз: підручник для студентів вузів / В. Г. Корольков; С. Удовик. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 528 с.
8. Почепцов Г. Г. Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998.
9. Полторац В. А. Політичний маркетинг. – Дніпропетровськ, 2001.
10. 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.
11. Сліпецька Ю. Зміна електоральних преференцій 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
12. 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.
13. 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.
14. Сліпецька Ю. Електоральні партії: ідеологічне позиціонування парламентських партій в Україні // Грані. – 2018. – № 21 (12). – С. 5-15.

	<p>Інтернет-джерела:</p> <p>15. Freedom in the World. URL: <a href="http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world">http://www.freedomhouse.org/report-types/freedom-world</a></p> <p>16. Polity IV Project: Political Regime Characteristics and Transitions, 1800–2013. URL: <a href="http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm">http://www.systemicpeace.org/polity/polity4.htm</a></p> <p>17. Nations in Transit. URL: <a href="http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transit">http://www.freedomhouse.org/report-types/nations-transit</a></p> <p>18. Varieties of democracy. URL: <a href="https://v-dem.net/">https://v-dem.net/</a></p>
<b>Тривалість курсу</b>	5 семестр / 90 годин
<b>Обсяг курсу</b>	Загалом 90 годин, зокрема 48 годин аудиторних занять. З них: 32 годин лекцій, 16 годин практичних занять та 42 годин самостійної роботи.
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>У результаті успішного проходження курсу студент набуде <i>загальні компетентності</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність проводити аналіз виборчої кампанії на відповідному рівні;</li> <li>- здатність розробляти концепцію та стратегічний план виборчої кампанії;</li> <li>- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;</li> <li>- здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями;</li> <li>- здатність генерувати нові ідеї (креативність);</li> <li>- вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми;</li> <li>- здатність до підготовки рекомендацій і проектів рішень на основі аналізу інформації;</li> </ul> <p>та <i>спеціальні (фахові) компетентності</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах;</li> <li>- Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності;</li> <li>- Здатність аналізувати PR-стратегії та кампанії і застосовувати на практиці технології ефективного PR на різних рівнях політики;</li> <li>- Здатність використовувати засадничі основи проектної діяльності як частини публічної політики, форм та механізмів зв'язку інститутів громадянського суспільства з інститутами державної влади.</li> </ul> <p><i>Програмні результати навчання</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах;</li> <li>- Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування;</li> <li>- Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних</li> </ul>

	<p>дисциплін у професійній діяльності;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Застосовувати здобуті навички для успішної консультативної діяльності в роботі з політичними лідерами, інститутами, органами державної влади та громадськими організаціями;</li> <li>- Конструювати дизайн та реалізовувати соціально-політичні проекти, використовувати навички комунікації з громадським сектором та зв'язків з громадськістю в процесі реалізації цих проектів.</li> </ul> <p>Після завершення цього курсу студент буде:</p> <p><i>Знати:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. теоретичну й емпіричну еволюцію, сутність, засади та методологію дослідження, принципи, різновиди і функції політичного менеджменту, зокрема в контексті виборчих кампаній;</li> <li>2. сутність, складові, етапи та ресурси виборчої кампанії, основи електорального менеджменту, виборчої комунікації та поведінки, іміджології та іміджмейкінгу, електорального консультування, а також основні виборчі технології;</li> </ol> <p><i>Вміти:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. проектувати, організовувати, реалізовувати, оцінювати і рекомендувати різні типи виборчих стратегій під час виборчих кампаній, зокрема в рамках менеджменту виборчих кампаній;</li> <li>2. 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.</li> </ol>
<b>Ключові слова</b>	Виборча кампанія, стратегія, тактика, імідж, політична реклама, комунікація, політичні рішення, політичний процес, вибори, партії, ресурси виборчої кампанії.
<b>Формат курсу</b>	Очний
<b>Аудиторні особливості курсу</b>	Проведення лекцій, практичних/семінарських занять, консультації для кращого розуміння тем дисципліни.
<b>Теми</b>	Детально див. Додаток «Схему курсу»
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	Залік в кінці семестру
<b>Пререквізити</b>	Для вивчення дисципліни «Менеджмент і аналіз виборчих кампаній» студентам краще мати базові знання з таких курсів, як «Політичні інститути і системи», «Партологія», «Псефологія», «Психологія», «Соціальна психологія». Вони будуть допоміжними для сприйняття категоріального апарату.
<b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b>	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.
<b>Необхідне обладнання</b>	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

<p><b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b></p>	<p>може використовуватись за бажанням).</p> <p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: практичні/самостійні тощо – 60% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 60); контрольні заміри (модулі) – 20% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 40); залік – за підсумками навчання протягом семестру.</p> <p>Підсумкова максимальна кількість балів упродовж семестру – 100.</p> <p><b>Письмові та проектні роботи:</b> Очікується, що студенти виконають декілька видів письмових робіт, серед яких вирішення кейсів, а також розрахункові роботи.</p> <p><b>Академічна доброчесність:</b> Очікується, що роботи студентів будуть їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилок 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><b>Відвідування занять</b> 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><b>Література.</b> 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><b>Політика виставлення балів.</b> Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні й поточному навчанні, а також в самостійній роботі. При цьому, обов'язково враховуються присутність на заняттях й активність студента під час практичного заняття, списування і плагіат, несвоєчасне виконання поставлених завдань.</p>
<p><b>Питання до екзамену (чи питання на контрольні роботи)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття виборчого менеджменту</li> <li>2. Поняття виборчої кампанії</li> <li>3. Різновиди виборчої кампанії</li> <li>4. Етапи виборчої кампанії</li> <li>5. Ресурси виборчої кампанії</li> <li>6. Фінансування виборчої кампанії</li> <li>7. Стратегічне планування виборчої кампанії</li> <li>8. Стратегічні проекти виборчої кампанії</li> <li>9. Виборча команда</li> <li>10. Виборчий штаб</li> <li>11. Структура виборчого штабу</li> <li>12. Громадськість та вибори</li> <li>13. Виборча пропаганда та агітація</li> <li>14. Політична реклама</li> <li>15. Друковані ЗМІ</li> <li>16. Соціальні медіа у політиці</li> <li>17. Зовнішня реклама</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>18. Digital-маркетинг у політиці</li> <li>19. Характеристики кандидата у депутати</li> <li>20. Загальні закономірності впливу на виборців</li> <li>21. Форми особистих контактів з виборцями</li> <li>22. Правове регулювання участі мас-медіа у виборах</li> <li>23. Політична реклама</li> <li>24. PR і зв'язки з громадськістю</li> <li>25. Чорний, білий і сірий PR</li> <li>26. Як працювати із ЗМІ на виборах</li> <li>27. Загальні основи іміджеології та іміджмейкінгу</li> <li>28. Формування іміджу політика</li> <li>29. Поведінка політика в умовах компрометуючого впливу</li> <li>30. Формування іміджу партії</li> <li>31. Маніпулювання свідомістю виборців</li> <li>32. Виборчі технології та їх різновиди</li> <li>33. Базові та диференційні виборчі технології</li> <li>34. Виборче мистецтво</li> <li>35. Нові медіа у політиці</li> </ul>
<p><b>Опитування</b></p>	<p>Анкету-оцінку для оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

## Додаток. Схема курсу «Менеджмент і аналіз виборчої кампанії»

Тиж. / год	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література / Ресурси в інтернеті	Завдання, год.	Термін виконання
1,2 /15 год.	<b>Тема 1. Теоретичні засади менеджменту й аналізу виборчої кампанії. Вступне заняття.</b> Вступ до курсу	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год Самостійна робота – 9 год.	1. Прикладна політологія: навч. посіб. / за ред. В. П. Горбатенка. – К.: ВЦ «Академія», 2008. – 472с. 2. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с.	Самостійна робота по темі 9 год.	1-2 тиждень
3,4/ 15 год.	<b>Тема 2. Виборча кампанія: суть, різновиди, етапи та ресурси.</b> Визначення поняття виборчої кампанії. Виборча кампанія та її різновиди. Етапи виборчої кампанії. Ресурси виборчої кампанії. Фінансування виборчої кампанії.	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 9 год.	1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	3-4 тиждень
5,6/ 15 год.	<b>Тема 3. Електоральний менеджмент</b> Вивчення стратегічних проектів виборчої кампанії. Виборча команда та виборчий штаб. Структура виборчого штабу, „кухонний кабінет“. Громадськість та вибори.	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 9 год.	1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	5-6 тиждень
7,8/ 15 год.	<b>Тема 4. Електоральна комунікація.</b> Масова і особистісна комунікація. Виборча пропаганда та агітація. Політична реклама. Характеристики кандидата. Закономірності впливу на виборців. Форми особистісних	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна	1. Шведа Ю. Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії. – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 2. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	7-8 тиждень



	контактів	робота – 9 год.			
9,10/ 15 год.	<b>Тема 5. PR у виборчій кампанії.</b> ЗМІ та вибори Комуникативні стратегії у виборчому менеджменті. PR і „чорний“ PR.	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 6 год.	1. Шведа Ю. <b>Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії.</b> – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.  2. Шведа Ю. <b>Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа.</b> – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	9-10 тиждень
11,12/ 15 год.	<b>Тема 6. Маніпулювання у виборчій кампанії.</b> Соціотехніки виборчого менеджменту. Основні маніпулятивні технології впливу на виборців.	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 9 год.	1. Шведа Ю. <b>Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії.</b> – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.  2. Шведа Ю. <b>Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа.</b> – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	11-12 тиждень
13,14/ 15 год.	<b>Тема 7. Іміджеологія та іміджмейкінг.</b> Загальні основи іміджеології та іміджмейкінгу. Формування іміджу ролітика.	Лекція, презентація, дискусія – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 9 год.	1. Почепцов Г. Г. <b>Іміджеологія: теорія і практика / Г. Г. Почепцов.</b> – К., Адеф, 1998. 2. Шведа Ю. <b>Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії.</b> – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с. 3. Шведа Ю. <b>Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа.</b> – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	13-14 тиждень
15,16/ 15 год.	<b>Тема 8. Виборчі технології та виборчі мистецтво.</b> Виборчі технології та їх різновиди. Базові та диференційні виборчі технології. Виборче мистецтво.	Лекція, презентація, дискусія, розрахункова робота – 4 год. Семинар, групова робота, дискусія, тьюторство – 2 год. Самостійна робота – 9 год.	1. Шведа Ю. <b>Вибори від А до Я: настільна книга менеджера виборчої кампанії.</b> – Львів: Видавництво «Астролябія», 2015. – 384 с.  2. Шведа Ю. <b>Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: навч-метод. посібник / Ю. Шведа.</b> – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. -340с.	Самостійна робота по темі 9 год.	15-16 тиждень

		Підсумковий модульний контроль			
Разом				120	