

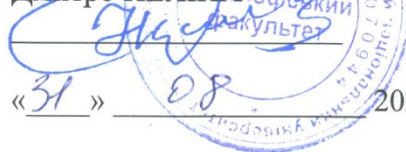
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Філософський факультет

Кафедра політології

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заст. декана
філософського факультету
Дмитро НЕЛІПА



2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теоретичні засади та технології політичного маркетингу

для студентів

| | |
|------------------|--|
| галузь знань | 05 «Соціальні та поведінкові науки» |
| спеціальність | 052 Політологія |
| освітній рівень | другий (магістерський) |
| освітня програма | Політологія |
| вид дисципліни | вибіркова |

| | |
|--|------------------|
| Форма навчання | денна |
| Навчальний рік | <u>2021/2022</u> |
| Семестр | III |
| Кількість кредитів ECTS | 3 |
| Мова викладання, навчання та оцінювання | українська |
| Форма заключного контролю | іспит |

Пролонговано: на 20²²/20²³ н.р.  (Маснікова) «31» 08 20²²р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20___/20___ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2021

Розробник: *Каращук Микола Григорович*, кандидат політ. наук, доцент кафедри політології

Затверджено

«26» 08 2021 р.

Зав. кафедри політології

 (Олег БАТРИМЕНКО)


Протокол № 1 від «26» 08 2021 р.

Схвалено науково-методичною комісією філософського факультету

Протокол від «31» 08 2021 року № 2

Голова науково-методичної комісії  (Ірина МАСЛІКОВА)

«31» 08 2021 року

Пролонговано на 2022-2023 н.р., Пр. № 2, від 31.08 2022 р. 

ВСТУП

1. Мета дисципліни – є формування у студентів знань про природу, функції, моделі, технології організації політичного маркетингу, про політичне життя країни та політичний ринок.

2. Вимоги до вибору навчальної дисципліни:

- 1. Знати** – особливості функціонування та розвитку сучасного суспільства, політики і влади, взаємодії людини з соціальними та політичними інституціями.
- 2. Вміти** збирати та інтерпретувати інформацію щодо феноменів та явищ суспільно-політичних процесів, застосовувати базові поняття в критичному осмисленні подій, що мають місце в сучасному світовому політичному процесі.
- 3. Володіти** елементарними навичками наукового дослідження та управління інформацією; критичного ставлення та прогнозування стосовно політичних, економічних, культурних подій та явищ; використання інформативних джерел.

3. Анотація навчальної дисципліни: дисципліна «*Теоретичні засади та технології політичного маркетингу*» належить до переліку дисциплін вибіркової компоненти та викладається у III семестрі магістратури. Розрахована на 90 годин (3 кредити ЄКТС) в загальному обсязі, з яких 14 год. лекцій, 12 год. семінарських і 64 год. самостійної роботи. Навчальна дисципліна знайомить студентів з основними складовими політичного маркетингу, маркетинговими дослідженнями, включаючи виборчі кампанії, PR-технологіями та їхнім застосуванням.

4. Завдання (навчальні цілі) – ознайомлення з політичним маркетингом та його складовими; вивчення генези політичного маркетингу та розгляд сучасних складових; вивчення форм політичної реклами як основної складової політичного маркетингу; ознайомлення з правовими складовими політичного маркетингу; вивчення етапів планування політичного маркетингу.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей: загальні:

ЗК 3. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК5. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

фахові:

ФК 5. Спроможність комплексно використовувати нормативу та емпіричну політичну теорію, методологію політичних досліджень та прикладного політичного аналізу.

ФК 7. Спроможність ефективно виконувати політико-організаційні, експертно-аналітичні та консультативні функції на національному та міжнародному рівні.

ФК 9. Здатність брати продуктивну участь у науковому співробітництві як на національному, так і міжнародному рівнях.

5. Результати навчання за дисципліною:

| Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність) | Форми (та/або методи і технології) | Методи оцінювання | Відсоток у підсумковій оцінці з |
|--|---|----------------------|---------------------------------------|
|--|---|----------------------|---------------------------------------|

| Код | Результат навчання | викладання і навчання | | дисципліни |
|------------|---|--|--|-------------------|
| 1. | Знати: | | | |
| 1.1 | основні складові маркетингу і політичного маркетингу зокрема, ринок політичного маркетингу. | лекція, семінарське заняття | усна доповідь, письмова контрольна робота, іспит | 20 |
| 1.2 | політичну тематику та політичну проблематику політичної реклами як основної складової маркетингу | лекція, семінарське заняття, самостійна робота | усна доповідь, письмова контрольна робота, іспит | 10 |
| 1.3 | форми і методи висвітлювання політичного маркетингу у ЗМІ | лекція, семінарське заняття | усна доповідь, письмова контрольна робота, іспит | 10 |
| 2. | Вміти: | | | |
| 2.1 | фахово тлумачити головні терміни даного курсу, чітко оперувати понятійно-категоріальним апаратом політичного маркетингу | лекція, семінарське заняття, самостійна робота | усна доповідь, письмова контрольна робота, презентація самостійної роботи, іспит | 10 |
| 2.2 | аналізувати політичний ринок, проводити його сегментацію | лекція, семінарське заняття, практичне заняття, самостійна робота | усна доповідь, письмова контрольна робота, презентація самостійної роботи, іспит | 10 |
| 2.3 | здійснювати розробку маркетингових та політичних рекламних кампаній. | | презентація самостійної роботи (індивідуальне завдання) | 10 |
| 3. | Комунікація: | | | |

| | | | | |
|-----|---|--|--|----|
| 3.1 | використовувати знання іноземних мов для аналізу інформаційних інтернет-ресурсів | Семінар, практичні заняття, самостійна робота | усна доповідь, доповнення, презентація самостійної роботи | 5 |
| 3.2 | презентувати результати проведених досліджень та здійсненої самостійної роботи у вигляді доповідей, повідомлень, презентацій | Семінари, практичні заняття, самостійна робота | усна доповідь, доповнення, презентація самостійної роботи | 10 |
| 3.3 | вести полеміку стосовно найбільш ефективних механізмів «виробництва» і «надання» бюрократичних послуг в контексті демократизації всіх сфер життєдіяльності українського суспільства | Семінари, практичні заняття | дискусія | 5 |
| 4. | Автономність та відповідальність: | | | |
| 4.1 | самостійно шукати та критично опрацьовувати літературу з досліджень політичної психології, вільно володіти методами обробки, аналізу та синтезу наукової інформації | Семінари, самостійна робота | усна доповідь, доповнення, презентація самостійної роботи | 5 |
| 4.2 | нести відповідальність за достовірність інформації, яка повідомляється під час семінарських занять та використовується при написанні самостійних робіт | Семінари, практичні заняття, самостійна робота | усна доповідь, доповнення, презентація самостійної роботи, іспит | 5 |

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

| Результати навчання дисципліни (код) | 1.1 | 1.2 | 1.3 | 2.1 | 2.2 | 2.3 | 3.1 | 3.2 | 3.3 | 4.1 | 4.2 |
|--|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | Програмні результати навчання (назва) | | | | | | | | | | |
| ПРН 2. Застосовувати спеціалізовані концептуальні знання з політології, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань. | + | + | + | + | + | + | + | | | | + |
| ПРН 4. 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 | | | | | | | + | | + | + | + |
| ПРН 7. 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 | | | | + | + | + | + | + | + | + | + |

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1-1.3), що складає 40 % від загальної оцінки та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.3); (комунікація – 3.1-3.3); (автономність та відповідальність 4.1-4.2), що складає 60% загальної оцінки.

Оцінювання семестрової роботи:

1. Усна доповідь, доповнення та участь в дискусіях на семінарах: Р.Н. 1.1,1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.2 – 18-30 балів;

2. Самостійна робота (індивідуальне науково-дослідне завдання): Р.Н. 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2 – 12-20 балів;

3. Письмова контрольна робота: РН – 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2 – 5-10 балів.

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка за семестр складається із балів, отриманих за аудиторну роботу (усні доповіді, доповнення та участь в дискусіях на семінарах), за самостійну роботу (есе) та за контрольну роботу.

Всі види робіт за семестр мають у підсумку:

- в максимальному вимірі 60 балів
- в мінімальному вимірі 36 балів

У разі відсутності на семінарському занятті студент має відпрацювати завдання на семінар в письмовій формі.

Підсумкове оцінювання у формі іспиту:

Іспит у письмовій формі – РН 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.2, 4.2 - 24/40 балів

Екзаменаційне оцінювання відбувається в письмовій формі. Білет складається з 2 питань, кожне з яких оцінюється за шкалою 20 балів, що в загальному підсумку дає 40 балів за іспит.

Студент не допускається до іспиту, якщо під час семестру набрав менше, ніж 20 балів.

Для отримання загальної позитивної оцінки з дисципліни оцінка за іспит не може бути меншою 24 балів. У випадку, коли студент на іспиті набрав менше 24 балів, вони не додаються до семестрової оцінки (незалежно від кількості балів, отриманих під час навчального періоду). В екзаменаційній відомості у колонці «бали за іспит/екзамен» ставиться «0», а в колонку «підсумкова оцінка з дисципліни» переноситься лише кількість балів, отриманих під час семестру. Рекомендований мінімум допуску до іспиту – 36 балів.

Таким чином, підсумкова оцінка з дисципліни (мінімум 60, максимум 100 балів) складається із суми кількості балів за семестр (мінімум 36, максимум 60 балів) та екзаменаційної роботи (мінімум 24, максимум 40 балів).

При простому розрахунку отримуємо:

| | Семестрова кількість балів | Іспит | Підсумкова оцінка |
|----------|----------------------------|-------|-------------------|
| Мінімум | 36 | 24 | 60 |
| Максимум | 60 | 40 | 100 |

7.2. Організація оцінювання:

| Семестрова робота | Семестрова кількість балів | |
|-------------------|----------------------------|----------------|
| | Min – 36 бали | Max – 60 балів |

| | | | |
|--|--|-----------|------------|
| Аудиторна робота: усна доповідь на семінарі, доповнення, участь в дискусіях | До тем: 2, 4, 6, 9, 11 протягом семестру, згідно з графіком навчальних занять. У разі відсутності студента на занятті теми необхідно відпрацювати в письмовому вигляді | Min – 18 | Max – 30 |
| Самостійна робота | До теми 1-11: Підготовка індивідуального науково-дослідного завдання (за вибором студента) | Min – 12 | Max – 20 |
| Контрольна робота | До тем 1-5 | Min – 6 | Max – 10 |
| Підсумкова оцінка з дисципліни | | 60 | 100 |

Критерії оцінювання:

1. Аудиторна робота:

Усна доповідь:

5 балів – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу;

4 бали – студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу. Допускаються несуттєві неточності;

3 бали – в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, не спирається на необхідну навчальну літературу, Має у відповіді суттєві неточності;

2 бали – не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань. Має суттєві помилки у відповіді.

Доповнення / участь в дискусіях:

3 бали – доповнення змістовне, ґрунтовне, конструктивно доповнює обговорення теми;

2 бали – доповнення змістовне;

1 бал – доповнення містить інформацію, що суттєво не розширює дискусію.

2. Самостійна робота (індивідуальне завдання):

20-17 балів – студент у повному обсязі володіє матеріалом, вільно та аргументовано його презентує, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, правильно інтерпретує отримані результати, використовує обов'язкову та додаткову літературу, демонструє самостійність, достовірність, незаангажованість проведеного дослідження;

16-13 балів – студент у достатньому обсязі володіє матеріалом, вільно його презентує, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу, демонструє самостійність та достовірність проведеного дослідження. Допускаються несуттєві неточності;

12-9 балів – в цілому володіє матеріалом, але не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань, не спирається на необхідну літературу, робота містить суттєві неточності;

8-0 балів – не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань. Має суттєві помилки в роботі. Демонструє не самостійність у виконанні завдань.

3. **Контрольна робота:**

10-9 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, правильно інтерпретує отримані результати, використовує обов'язкову та додаткову літературу, демонструє самостійність письмової роботи;

8-6 балів - студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу, демонструє самостійність письмової роботи. Допускаються несуттєві неточності;

5-4 балів - в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань, не спирається на необхідну навчальну літературу, робота містить суттєві неточності;

3-0 балів - не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань. Має суттєві помилки в роботі. Демонструє не самостійність у виконанні завдань.

4. **Кожне питання в екзаменаційній роботі (в білеті 2 питання):**

20-16 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, правильно інтерпретує отримані результати, використовує обов'язкову та додаткову літературу, демонструє самостійність письмової роботи;

15-11 балів - студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу, демонструє самостійність письмової роботи. Допускаються несуттєві неточності;

10-6 балів - в цілому володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань, не спирається на необхідну навчальну літературу, робота містить суттєві неточності;

5-0 балів - не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань. Має суттєві помилки в роботі. Демонструє не самостійність у виконанні завдань.

7.3. Шкала відповідності оцінок:

| | |
|-----------------------------|--------|
| Відмінно / Excellent | 90-100 |
| Добре / Good | 75-89 |

| | |
|----------------------------------|-------|
| Задовільно / Satisfactory | 60-74 |
| Незадовільно / Fail | 0-59 |

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

| № | Тема | Лекції | Кількість годин | |
|----|---|-----------|-----------------|----------------|
| | | | Семінари | Самост. робота |
| 1 | Основні складові політичного маркетингу. | 2 | | 4 |
| 2 | Вивчення громадської думки | 2 | 2 | 2 |
| 3 | Політична символіка | 2 | | 4 |
| 4 | Проведення політичних маркетингових досліджень | | 2 | 4 |
| 5 | Виборча кампанія | 2 | | 2 |
| | <i>Письмова контрольна робота</i> | | 2 | |
| 6 | Дослідження політичного ринку | 2 | 2 | 2 |
| 7 | Політична агітація та політична реклама: сутність, види, специфіка застосування | 2 | | 4 |
| 8 | Загальні стратегії PR | | 2 | 4 |
| 9 | Використання ЗМІ в політичному маркетингу | 2 | | 4 |
| 10 | Технології лобізм | | 2 | 4 |
| | Всього | 14 | 12 | 54 |

Загальний обсяг 90 год., в тому числі:

Лекцій – 14 год.

Семінарів – 12 год.

Практичних – 10 год.

Самостійна робота – 54 год.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Горбатенко В.П. Політичне прогнозування: теорія, методологія, практика. — К.: Генеза, 2006. — 395 с.
2. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: [Підручник]. К.: ППІЕНД ім.

3. Цвих В.Ф. та ін. Політологія. Частина 4. Прикладна політологія підручник для студентів вищ. навч. закл. К.: ВПЦ "Київ ун-т", 2010. 671 с.
4. Шведа Ю.Р. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту: [навч-метод. посібник]. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. 340 с.

Додаткова:

5. Бабіна В.О. Реклама як маркетингова технологія у виборчих компаніях суб'єктів політичної діяльності. Політикус: наук. журнал. 2019. № 6. С. 21-25.
6. Бокач В. Особливості функціонування політичного ринку в умовах політичної конкуренції. Evropsky politicky a pravni diskurz. 2015. Vol. 2, Iss. 4. С. 278-281.
7. Газізов М.М. Концептуальні можливості політичного ринку сучасної політичної системи. Вісник НАДУ. 2015. 4. С. 62-66.
8. Полторак В. Маркетингові дослідження: сутність, методи, технології // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2000. — № 1. — С. 108–128
9. Політичний маркетинг та електоральні технології. — К., 2002.
10. Полторак В.А. Политический маркетинг. — Днепропетровск, 2001; Полторак В. Політичний маркетинг та організація виборчих кампаній // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 1. — С. 61–79.
11. Тихомирова Є.Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: Монографія. — К.: Наша культура і наука, 2004. — 489 с.
12. Українське законодавство: засоби масової інформації. — К.: Програма правового захисту та освіти ЗМІ IREX у-Медіа. — 365 с