

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПОЛІТИЧНІ ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ»



Ступінь освіти	магістр
Спеціальність	С2 Політологія
Освітня програма	Політологія
Тривалість викладання	2 семестр, 3,4 чверть
Кількість кредитів	8 кредити ЄКТС (240 годин)
Заняття:	
Чверті	3 4
Лекції (годин на тиждень)	3 3
Семінарські заняття (годин на тиждень)	2 1
Мова викладання	українська

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7314>

Історії та політичної теорії

**Кафедра, що
викладає**

Інформація про викладачів:

	Баштанник Оксана Віталіївна (лекції, семінарські заняття) Посада: професор кафедри історії та політичної теорії Вчене звання: професор Вчений ступінь: доктор наук з державного управління, кандидат політичних наук
	Персональна сторінка: https://ipt.nmu.org.ua/ua/spivr/bashtannyk.php
	E-mail: bashtannyk.o.v@nmu.one Кабінет: 1/63

1. Анотація курсу

Дисципліна забезпечує формування практичних умінь щодо розроблення та оцінювання стратегій політичного PR, виборчих комунікацій, цифрового медіапланування, політичного брендингу та кризового комунікаційного супроводу. Особлива увага приділяється застосуванню сучасних інструментів

політичного консалтингу, аналітики даних, організації PR-подій і стратегічного управління комунікаціями політичних лідерів та партій на різних рівнях політичного процесу.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування системного розуміння теоретичних засад, еволюції та сучасних моделей політичного PR, розвиток здатності аналізувати політичні комунікації, медіаменеджмент і їхній вплив на демократичні інститути в умовах цифрової трансформації. Дисципліна спрямована на оволодіння методами оцінювання політичного іміджу, репутації, громадської думки та медійних ефектів, а також на формування здатності критично аналізувати маніпулятивні технології, дезінформацію й інформаційні загрози у політичному середовищі.

3. Результати навчання:

1. Критично аналізувати теоретичні концепції, етапи еволюції та сучасні моделі політичного PR, оцінювати їхній вплив на розвиток політичних комунікацій, політичного менеджменту й демократичних інститутів в умовах цифрової трансформації.

2. Обґрунтовувати та розробляти стратегії політичного PR-консультування і медіаменеджменту з урахуванням принципів стратегічних політичних комунікацій, особливостей функціонування цифрових медіа, етичних стандартів та професійної відповідальності.

3. Застосовувати сучасні методи аналізу політичних комунікацій для оцінювання механізмів формування політичного іміджу, репутації, громадської думки та ефективності медіакомунікацій у різних політичних контекстах.

4. Ідентифікувати, критично оцінювати та прогнозувати вплив маніпулятивних технологій, дезінформації, інформаційно-психологічних операцій і медійних ефектів на політичні процеси, а також обґрунтовувати підходи до протидії інформаційним загрозам у демократичному суспільстві.

5. Розробляти та обґрунтовувати стратегії політичного PR у виборчому процесі, застосовуючи сучасні технології політичних комунікацій, цифрові інструменти, методи мікротаргетингу та аналітики даних.

6. Проектувати, організовувати й оцінювати політичні PR-події як інструмент реалізації стратегічних політичних комунікацій, визначати їхню ефективність та особливості кризового комунікаційного супроводу.

7. Аналізувати механізми формування персонального політичного бренду засобами політичного PR, оцінювати комунікаційні стратегії політичних лідерів, особливості конструювання іміджу, репутації та взаємодії з різними цільовими аудиторіями.

8. Обґрунтовувати та оцінювати PR-стратегії політичних партій на національному й місцевому рівнях, застосовуючи сучасні підходи до політичного брендингу, формування електоральної лояльності та стратегічного управління політичними комунікаціями.

4. Структура курсу

ЛЕКЦІЇ

Тема 1. Еволюція політичних PR-комунікацій: історичні передумови, теоретичні підходи та сучасні тенденції розвитку

1. Витоки політичних PR-комунікацій у системі владних відносин держав Стародавнього світу: зародження технологій політичного впливу та легітимації влади.
2. Становлення політичного PR у контексті розвитку ліберальної політичної думки та демократичних інститутів Нового часу.
3. Політичний PR у XXI столітті: між стратегічними політичними комунікаціями, інформаційною політикою та технологіями політичного маніпулювання.
4. Трансформація політичного PR в умовах цифровізації, розвитку соціальних медіа та глобалізації інформаційного простору.

Тема 2. Політичне PR-консультування як складова стратегічного політичного менеджменту

1. Теоретико-методологічні засади політичного PR-консультування та його місце у системі політичних комунікацій.
2. PR-консультант як суб'єкт політичного процесу: функції, компетентності та роль у формуванні комунікаційної стратегії.
3. Політичний менеджмент і політичний PR: моделі взаємодії, стратегічне планування та сучасні практики.
4. Етичні стандарти, професійна відповідальність та міжнародні практики діяльності політичного PR-консультанта.

Тема 3. Політичний медіаменеджмент у системі стратегічних політичних комунікацій

1. Медіаменеджмент у політичному процесі: сутність, функції та технології управління політичною комунікацією.
2. Політична комунікація та політичний PR: концептуальні засади, точки взаємодії та особливості функціонування.
3. Формування політичного іміджу, репутації та громадської думки засобами сучасного медіаінструментарію.
4. Цифрові медіаплатформи, соціальні мережі та алгоритми поширення політичного контенту у сучасних PR-комунікаціях.

Тема 4. Маніпулятивні технології та інформаційний вплив у політичному PR

1. Маніпулятивні технології у політичному PR: форми, методи та механізми прямого й опосередкованого політичного впливу.
2. Медійні ефекти у політичних комунікаціях: види, механізми формування та вплив на громадську думку.

3. Засоби масової інформації у системі політичного PR: особливості функціонування суспільних, приватних та партійних медіа.
4. Дезінформація, фейки, інформаційно-психологічні операції та механізми протидії маніпулятивному впливу у демократичному суспільстві.

Тема 5. Політичний PR у виборчому процесі: стратегія, технології та комунікаційний супровід

1. Передвиборчий етап як основа формування PR-стратегії та організації політичної комунікації.
2. Виборча кампанія як об'єкт реалізації політичних PR-технологій та стратегічного комунікаційного управління.
3. Поствиборча політична комунікація та концепція перманентної виборчої кампанії у сучасному політичному процесі.
4. Цифрові технології, мікротаргетинг та аналітика даних у сучасних виборчих PR-кампаніях.

Тема 6. Політична PR-подія як інструмент стратегічної політичної комунікації

1. Політична PR-подія як складова сучасного політичного процесу та інструмент реалізації комунікаційної стратегії.
2. Види політичних PR-подій та їх місце у формуванні комплексної PR-стратегії політичного суб'єкта.
3. Політичний перформанс як інструмент політичного PR та елемент сучасної виборчої кампанії.
4. Організація, оцінювання ефективності та кризовий супровід політичних PR-подій.

Тема 7. Політичний PR персонального бренду політичного лідера

1. PR-кампанія політичної персони як складова виборчого процесу: стратегічні підходи та комунікаційні технології.
2. PR-стратегія чинного політичного діяча та політичного лідера як «нового обличчя» у політиці: особливості позиціонування та формування політичного бренду.
3. PR-кампанія та PR-стратегія політичної персони на місцевому рівні: специфіка комунікації з територіальною громадою.
4. Репутаційний менеджмент, політичний сторітелінг та цифрова персоналізація політичного лідера.

Тема 8. Політичний PR у діяльності політичних партій

1. PR-кампанія політичної партії як складова виборчого процесу: стратегічне планування та технології реалізації.
2. PR-стратегія провладної політичної партії та політичної партії в опозиції: порівняльний аналіз комунікаційних моделей.
3. PR-кампанія та PR-стратегія політичної партії на місцевому рівні: особливості реалізації в умовах сучасного політичного процесу.

4. Політичний брендинг партій, формування електоральної лояльності та комунікація з різними цільовими аудиторіями.

СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ

Тема 1. Еволюція політичних PR-комунікацій: історичні передумови, теоретичні підходи та сучасні тенденції розвитку

1. Зародження політичного PR у системі владних відносин: протоPR як історична передумова формування політичних комунікацій.
2. Політичні PR-технології у недемократичних політичних системах: механізми легітимації влади та інформаційного впливу.
3. PR-демократія як феномен сучасного політичного життя: взаємозв'язок політичної комунікації, громадської думки та демократичного врядування.
4. Трансформація політичних PR-комунікацій під впливом цифровізації, соціальних медіа та глобального інформаційного простору.

Тема 2. Політичне PR-консультування як складова стратегічного політичного менеджменту

1. Професійна етика політичного PR-консультанта: міжнародні стандарти, етичні дилеми та межі професійної відповідальності.
2. Політичне рішення як результат політичного PR-консультування: комунікаційний, управлінський та репутаційний виміри.
3. Політичний менеджмент у системі стратегічного управління політичними комунікаціями.
4. Роль політичного PR-консультування у формуванні комунікаційної стратегії політичних акторів в умовах кризових та виборчих процесів.

Тема 3. Політичний медіаменеджмент у системі стратегічних політичних комунікацій

1. Government Relations (GR) як інструмент взаємодії політичних інститутів, бізнесу та громадянського суспільства в демократичних державах.
2. Медіаінструменти конструювання політичного іміджу: технології, функції та вплив на громадську думку.
3. Політичний PR і новітні цифрові технології: соціальні мережі, онлайн-платформи та цифрові комунікації.
4. Штучний інтелект, алгоритми цифрових платформ та аналітика даних у сучасному політичному медіаменеджменті.

Тема 4. Маніпулятивні технології та інформаційний вплив у політичному PR

1. «Чорний» PR як технологія дискредитації політичних конкурентів: політичні, правові та етичні аспекти.
2. «Кольоровий» PR у політичному процесі та виборчих кампаніях: особливості використання сучасних комунікаційних технологій.

3. Політичний PR-текст як об'єкт політологічного аналізу: структура, функції та технології впливу.
4. Дезінформація, інформаційно-психологічні операції та механізми протидії маніпулятивним технологіям у сучасному політичному процесі.

Тема 5. Політичний PR у виборчому процесі: стратегія, технології та комунікаційний супровід

1. Виборча кампанія як складова сучасного політичного процесу: етапи, суб'єкти та комунікаційні механізми.
2. Політичні технології як інструмент реалізації PR-стратегії у виборчому процесі.
3. Внутрішня організація виборчого штабу та її роль у забезпеченні ефективності PR-кампанії політичної партії або політичного лідера.
4. Стратегічне планування, кризові комунікації та оцінювання ефективності політичної PR-кампанії у виборчому процесі.

Тема 6. Політична PR-подія як інструмент стратегічної політичної комунікації

1. Державне свято як інструмент політичної PR-комунікації: символічний зміст та політичні функції.
2. Загальнодержавні пам'ятні та визначні дати як елемент політичної комунікації у виборчому процесі.
3. Політичний перформанс як особлива форма сучасної політичної PR-події.
4. Політичні символи, ритуали та публічні заходи як інструменти формування колективної ідентичності та політичної легітимності.

Тема 7. Політичний PR персонального політичного бренду

1. Імідж політичного лідера як результат застосування сучасних PR-технологій та стратегічних політичних комунікацій.
2. Одіозність, автентичність та індивідуальність як чинники формування персонального політичного бренду.
3. Гендерний вимір політичного лідерства: сучасні тенденції, комунікаційні стратегії та суспільне сприйняття.
4. Репутаційний менеджмент, політичний сторітелінг та персоналізація політики в умовах цифрового інформаційного середовища.

Тема 8. Політичний PR у діяльності політичних партій

1. Політичний PR політичної сили та політичної партії: спільні характеристики, відмінності та особливості комунікаційної діяльності.
2. PR локальних і загальнонаціональних політичних партій у виборчому процесі: порівняльний аналіз стратегій, переваг та обмежень.
3. Політичний PR партії та політичного лідера: компаративний аналіз моделей комунікації та політичного позиціонування.
4. Політичний брендинг, формування партійної ідентичності та забезпечення довгострокової електоральної підтримки в сучасних демократичних системах.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

Технічні засоби навчання - Microsoft Office 365 Teams, Microsoft Office 365 Outlook, для екстреного зв'язку – Messenger. Дистанційна платформа Moodle

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Здобувач вищої освіти може отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного оцінювання складатиме не менше 60 балів.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час заліку за бажанням студента
семінарські	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час семінарських занять		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Семінарські заняття оцінюються якістю виконання контрольного та індивідуального завдання.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне	Підсумкове оцінювання проводиться у вигляді залікової роботи, яка включає питання з планів семінарських занять. Білет залікової роботи складається з 2 відкритих питань, які передбачають надання розгорнутих текстових відповідей, правильна відповідь на кожне з яких оцінюється у 50 балів максимум (разом 100 балів максимум).
--	--

поліпшити оцінку)	
Контрольні завдання за кожною темою	Полягають у виконанні навчальних завдань до кожної теми, представлених у методичних рекомендаціях до дисципліни. Правильне виконання всіх навчальних завдань протягом одного навчального семестру оцінюється у 100 балів максимум.

6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю:

Робота здобувача на семінарському занятті та її оцінювання

Робота здобувача на семінарському занятті може бути оцінена на максимально можливий бал за одну розгорнуту доповідь на одному занятті, або за виконання декількох видів робіт (див. нижче) на одному занятті сумарно:

- бали, еквівалентні оцінці “відмінно” (6 балів): доповідь максимально повна, здобувач легко надає відповіді на запитання (викладача та коректні від інших здобувачів), здобувач за правилами наукового аналізу формулює власні аналітичні висновки;

- бали, еквівалентні оцінці “добре” (5 балів): доповідь досить повна, але здобувачу складно відповісти на запитання, здобувач висловлює надто узагальнені, описові висновки;

- бали, еквівалентні оцінці “задовільно” (4 бали): доповідь очевидно неповна, здобувач не відповідає на запитання, здобувач не спроможний сформулювати узагальнені підсумки доповіді.

Якщо доповідь здобувача малоінформативна, замала за обсягом, він слабо орієнтується при відповіді на змістовні запитання викладача, то здобувач повинен бути попереджений про те, що таким чином він не виконує 60 % успішності на семінарському занятті і його доповідь може бути оцінена як доповнення. Здобувач може отримати деяку кількість балів (1-2 бали) за короткі доповнення (тематичні ремарки з місця, запитання актуальному доповідачу та ін.), але при цьому він повинен бути попереджений про те, що сумарна кількість балів за одне семінарське заняття не може перевищувати максимальні бали за одне семінарське заняття в будь-якому випадку.

Виконання здобувачем індивідуального завдання (ІЗ) та його оцінювання

Індивідуальне завдання (ІЗ) складається з одного завдання за навчальний семестр та представляє собою написання аналітичного дослідження за проблематикою обраної теми (перелік тематики ІЗ є для кожної теми окремо на вільний вибір здобувача).

Алгоритм виконання індивідуального завдання складається з наступних елементів: 1) аналіз масиву інформації за проблематикою обраної теми ІЗ; 2) написання основного тексту ІЗ; 3) напрацювання розгорнутих висновків до ІЗ.

ІЗ оцінюється у максимально можливу кількість балів, якщо воно виконане за усіма вимогами (див. нижче) до написання:

- бали, еквівалентні оцінці “відмінно” (25-28 балів): зміст тексту і якість оформлення відповідають вимогам, є посилання на опрацювання значного масиву джерел інформації за проблемою, аналітичні висновки;

- бали, еквівалентні оцінці “добре” (21-24 балів): текст і оформлення в достатній мірі відповідають вимогам, є посилання на опрацювання достатнього масиву джерел інформації за проблемою, висновки описові;

- бали, еквівалентні оцінці “задовільно” (17-20 бал): зміст тексту і якість оформлення недостатньо відповідають вимогам, є посилання на опрацювання мінімального масиву джерел інформації за проблемою, висновки відсутні.

Якщо ІЗ за змістом тексту та якістю оформлення не може бути оцінене навіть у мінімально необхідну кількість балів, тобто здобувач не виконує 60 % успішності за цей вид роботи, то він повинен бути попереджений про те, що не допускається таким чином до складання заліку взагалі.

Рекомендації до написання і оформлення ІЗ

Наявність усіх необхідних структурних елементів ІЗ: титул, зміст, вступ, основна частина (яка обов’язково повинна складатися із мінімум двох розділів), висновки, перелік використаних джерел.

1. Відповідність змісту (плану) та тексту ІЗ назві ІЗ. Зміст (план) ІЗ повинен правильно та достатньо розкривати його сутність та мати назви розділів ІЗ.

2. Вступ ІЗ повинен складати 1-2 стор. максимум та не включати розгорнутих цитат, за винятком коротких епіграфів.

3. Основна частина ІЗ повинна обов’язково мати декілька тематичних розділів та містити посилання на використану літературу по тексту (здобувач попереджається про можливу перевірку на плагіат).

4. Висновки ІЗ повинні складати 1-2 стор. максимум та не включати розгорнутих цитат, за винятком коротких епіграфів.

5. Перелік використаних джерел ІЗ повинен складати не менше 7 джерел (1/2 із вимог до типової курсової роботи), також дуже бажано не працювати з матеріалами сайтів з реферативною інформацією.

6. Вимоги технічного оформлення до ІЗ: шрифт Times New Roman, 14 кегль, 1,5 інтервал, вирівнювання по ширині, поля звичайні: ліве 3 см, праве 1,5 см, інші по 2 см. Загальний обсяг не менше 15 стор. основної частини тексту (без титулу, змісту, вступу, висновків, переліку використаних джерел).

Визнання результатів навчання, отриманих в рамках неформальної та інформальної освіти. Замість виконання індивідуального завдання вищевказаного зразка, здобувач вищої освіти може пройти навчання на курсі “Соціальний менеджмент і залучення зацікавлених сторін” <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/soc-management-involvement/>.

Тематика програми даного курсу кореспондує переважно до Теми 2. “Політичне PR-консультування як складова стратегічного політичного менеджменту” навчальної програми дисципліни “Політичні паблік рілейшнз”; також, здобувач може запропонувати свій приклад навчального онлайн-курсу та узгодити його з викладачем. За успішне проходження навчання на онлайн-курсі та отримання

відповідного сертифікату здобувачу нараховуються максимальні 28 балів як за максимально успішне виконання індивідуального завдання.

Особливості формування підсумкової оцінки здобувача

Здобувач вищої освіти може отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни **на підставі поточного оцінювання** знань за умови, якщо набрана кількість балів складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність здобувача складається з оцінок за роботу на семінарських заняттях та оцінки за виконання одного ІЗ протягом навчального семестру (детальні критерії оцінювання та розподіл балів див. вище).

Отримані бали за всі види навчальних завдань додаються і є **сумарною поточною оцінкою** за вивчення навчальної дисципліни, яка **мінімально може дорівнювати 60 балів, максимально – 100 балів**.

У випадку якщо здобувач за поточною успішністю отримав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку, проводиться підсумкове оцінювання (залікова робота) під час сесії. Підсумкове оцінювання проводиться у вигляді залікової роботи, яка включає питання з планів практичних занять. Білет залікової роботи складається з 2 відкритих питань, які передбачають надання розгорнутих текстових відповідей, правильна відповідь на кожне з яких оцінюється у 50 балів максимум (разом 100 балів максимум). При цьому слід враховувати наступні критерії отримання балів за відповідь на кожне питання (бали за обидві відповіді додаються):

- бали, еквівалентні оцінці “відмінно” (44-50 балів): відповідь максимально повна, здобувач наводить актуальні факти та теоретичні складові (визначення, концепції та ін.), формулює аналітичні висновки;

- бали, еквівалентні оцінці “добре” (37-43 бали): відповідь досить повна, здобувач наводить узагальнену інформацію (переважно, теоретичного характеру), висновки мають описовий характер;

- бали, еквівалентні оцінці “задовільно” (30-36 балів): відповідь очевидно неповна, здобувач не може навести необхідний обсяг інформації (що відповідав би поставленому питанню), підвести підсумки.

Отримані бали за виконання залікової роботи складають підсумкову оцінку за вивчення навчальної дисципліни, яка максимально може дорівнювати 100 балів. Якщо здобувач не виконує 60 % успішності за цей вид роботи, то він повинен бути попереджений про те, що таким чином він не може отримати підсумкову оцінку за дисципліною.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення

авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується положенням «Положення про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті "Дніпровська політехніка"». URL: <http://surl.li/alvis>

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту і бути зареєстровані на дистанційний курс «Політичні системи».

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки на Офіс365.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Політичні системи».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту або на форум дистанційного курсу.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи.

За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – он-лайн, за погодженням з викладачем.

7.5. Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6. Бонуси

Здобувачі вищої освіти можуть додатково отримати до 10 балів за виконання додаткової самостійної роботи за курсом, наприклад виконання індивідуальних завдань за додатковою темою – завдання пропонуються викладачем, підготовка доповіді і участь у студентських наукових конференціях за темою курсу, підготовка методичних матеріалів і презентацій.

7.7. Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувача вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети (Microsoft Forms Office 365), які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Політичні системи».

8. Рекомендовані джерела інформації

Основна література:

Книги:

1. Політичні технології в сучасних владних процесах : навчальний посібник / В. Ф. Смолянчук, С. С. Бульбенюк, Ю. М. Манелюк та ін. К.: КНЕУ, 2021. 328 с. ISBN 978-966-928-359-9
2. Шаповалова А. М. Сучасний PR: від теорії і практики до політичних комунікацій та цифрових трансформацій / Алла Шаповалова. Київ: КНУТД, 2026. 220 с. ISBN 978-617-7763-65-8
3. Паблік-рілейшнз : опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної форми навчання / уклад. А.Л. Сухорукова. Миколаїв : МНАУ, 2022. <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12086/1/pablik-rilejshnz-konspekt-281-magistr.pdf>
4. Калініна М. П. Політичний PR. Том 1. Історія та сучасний стан політичних комунікацій. Політичні комунікації та політичний медійний менеджмент. Київ, 2021. 196 с. URL: <https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/6292>
5. Політичні комунікації та PR: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2024. 100 с. <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/8620/Politychni-komunikatsii-ta-PR.pdf?sequence=3>

Статті:

1. Bacik R. Political Marketing: Impact of Public Relations on the Change in Voter Behaviour of Consumers (Voters) / R. Bacik, B. Gavurova, J. Gburova. Marketing and management of innovations. 2021. № 2. С. 40-48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2021_2_5
2. Tsykhovska E. The 2025 Inaugural Address of Donald Trump as a Tool of Political Public Relations: Rhetorical Strategies of Persuasion / E. Tsykhovska. Current issues of mass communication. 2025. Iss. 38. С. 8-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2025_38_3
3. Каприця Р. О. Піар та пропаганда на пострадянському просторі: проблеми розвитку інформаційної політики / Р. О. Каприця. Міжнародні та політичні дослідження. 2022. Вип. 35. С. 213-230. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_sip_2022_35_16
4. Клиніна Т. Піар-технології й американська зовнішня політика: точки дотику / Т. Клиніна. Україна дипломатична. 2023. Вип. 24. С. 718-726. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrdip_2023_24_72
5. Орлик С. Зв'язки з громадськістю як сфера професійної діяльності в Україні / С. Орлик, З. Стежко. Соціум. Документ. Комунікація. Серія: : Історичні науки. 2021. Вип. 11. С. 348-367. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/colscart_2021_11_17
6. Приймич А. П. Методологія вивчення інфраструктури чорного піару в контексті політичного процесу / А. П. Приймич. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2024. Вип. 50. С. 207-211. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprfc_2024_50_36

7. Сенченко О. Брудний піар і класичні правила пропаганди / О. Сенченко. Вісник Книжкової палати. 2022. № 4. С. 18-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2022_4_5
8. Томахів В. Я. Невидимі війни чорного піару в глобальному політичному контексті / В. Я. Томахів, А. П. Приймич. Політикус. 2025. Вип. 2. С. 172-176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/polit_2025_2_29
9. Устименко Т. М. Зв'язки з громадськістю як механізм зворотного зв'язку в системі влади та управління / Т. М. Устименко. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 18. С. 143-148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2021_18_25
10. Черній Л. В. Новітні тренди формування PR – індустрії із застосуванням цифрових піар-інструментів в інформаційному суспільстві / Л. В. Черній, Н. В. Хоменко, В. Г. Чугаєвський. "Перспективи". Соціально-політичний журнал. 2025. № 2. С. 260-267. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Perspekt_2025_2_34

Додаткові публікації:

1. Баштанник О. В. Функціонування інституту громадських рад у форматі дослідницької стратегії нового інституціоналізму політичної науки. Науковий журнал «Регіональні студії». 2022. № 28. С. 40-46. <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2022.28.7>
2. Баштанник О. В. Концепт агоністичної демократії: теоретико-філософські засади та прикладні аспекти участі індивідів у політичних процесах. Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. 2025. Випуск 59, с. 235-242. <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.59.27>
3. Баштанник О. В. Конструювання інституціональних платформ реалізації управління як елементів посилення стійкості політичної системи. Науковий журнал "Політикус". 2025. № 2. С. 30-35. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-2.4>
4. Баштанник О. В. Формування інституціонального простору як фактор структурування управлінських відносин в політичній системі суспільства. "Національні інтереси України": науково-практичний журнал. 2025. № 7 (12). С. 716-723. [https://doi.org/10.52058/3041-1793-2025-7\(12\)-716-723](https://doi.org/10.52058/3041-1793-2025-7(12)-716-723)
5. Баштанник О. В. Реалізація державної влади в системах управління на засадах респонсивності як умова демократичного врядування: інституціональний підхід. Публічне управління та місцеве самоврядування. 2024. № 1. С. 17-24. <https://doi.org/10.32782/2414-4436/2024-1-3>
6. Bashtannyk O., Akimova L., Petrukha N., Zayats D., Hudenko B., Akimov O. Innovative human capital management practices in the security and defense sector: challenges for public management. Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology. Vol. 32, No. S1, 2025. pp. 556-567. ISSN: 1972-6325 (Scopus) <https://doi.org/10.5281/zenodo.16914238> <https://tpmap.org/submission/index.php/tpm/article/view/220/104>
7. Bashtannyk, O., Bobrovska, O., Yefimenko, L., Fimyar, S., Brazhko, O., & Oliinyk, N. (2024). Public management of economic development under the conditions of martial law and the post-war period as a factor of economic security and sustainable development of Ukraine. Edelweiss Applied Science and Technology, 8(6), 1411–1420. (Scopus) <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2257>
8. Mykhalchenko, H., Cherniaieva, O., Bashtannyk, O., Shumliaieva, I., & Pitel, N. (2025). Public Administration in the Context of Global Challenges. Management (Montevideo), 3, 209. pp. 1-15. e-ISSN: 3046-4048 (Scopus) <https://doi.org/10.62486/agma2025209>
9. Voronina, Y., Bashtannyk, O., Komarnytska, H., Saevich, R., & Paterukha, N. (2023). Change Management and Implementation of Changes in the Field of Public Administration. Economic Affairs (New Delhi), 68(04), 2207-2220 (Scopus). <https://doi.org/10.46852/0424-2513.4.2023.29>
10. Zayats, D., Serohina, N., Bashtannyk, O., Akimova, L., Akimov, O., & Mazalov, A. (2024). Economic Aspects of Public Administration and Local Government in the Context of Ensuring National Security. Economic Affairs (New Delhi), 69(02), 979-988 (Scopus). <https://doi.org/10.46852/0424-2513.3.2024.23>

Інформаційні ресурси

1. Дистанційний курс (Moodle). URL: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=7314>
2. Електронний каталог Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://nbuv.gov.ua/>
3. Онлайн-курс “Соціальний менеджмент і залучення зацікавлених сторін” на платформі навчальних онлайн-курсів **Prometheus** URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/soc-management-involvement/>