

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПОЛІТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ»



Ступінь освіти	Бакалавр
Освітня програма	«Політологія»
Тривалість викладання	7 семестр, 13 чверть
Заняття:	
Лекції	2 години на тиждень
Практичні чи семінарські заняття	2 година на тиждень
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Історії та політичної теорії

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти.

Онлайн-консультації: kolisnyk.l.o@nmu.one

Інформація про викладачів:



Колісник Лариса Олексіївна (лекції, практичні заняття)
Посада: доцент кафедри історії та політичної теорії
Вчене звання: доцент
Вчений ступінь: кандидат соціологічних наук
Персональна сторінка:
<https://ipt.nmu.org.ua/ua/spivr/kolisnik-l.php>
E-mail: kolisnyk.l.o@nmu.one
Кабінет: 5/29

1. Анотація курсу

У курсі розкривається сутність маркетингового підходу до дослідження та управління політичними процесами, а також специфіка застосування інструментів маркетингу в сфері політики. Дано опис найбільш затребуваних в контексті сучасного політичного маркетингу інструментів: політичного брендингу, що включає позиціонування і формування іміджу, формування порядку денного, а також політичної реклами і технологій безпосередньої

взаємодії з виборцем. Показані основні алгоритми реалізації маркетингових досліджень в політиці.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу - сформувати у студентів цілісне, систематизоване уявлення про політичний маркетинг, а також про специфіку застосування маркетингових інструментів для вивчення політичної реальності і управління нею.

Завдання курсу:

Продемонструвати, що сфера застосування політичного маркетингу не обмежується електоральним періодом і діяльністю партій, а інструменти і технології політичного маркетингу затребувані в рамках діяльності органів державної влади, організацій громадянського суспільства і в контексті міжнародного політичного взаємодії.

Формування у студентів уявлень про політичний ринок України: його основні актори, а також специфіку застосування ними маркетингових технологій.

Розуміння особливостей формування і просування українськими органами державної влади свого іміджу.

Засвоєння технологій політичного маркетингу, які використовуються реальними гравцями в рамках міжнародної політики.

3. Результати навчання:

Засвоєння практик самостійного застосування основних інструментів і технологій.

Формування пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності в області політичного маркетингу для політичних партій, органів державної влади, держав та інших політичних акторів.

4. Структура курсу

Лекції

1. Вступ. Поняття цивілізації та суспільних процесів.
2. Становлення сучасного суспільства
3. Соціальна структура українського суспільства
4. Соціально-економічний розвиток українського суспільства
5. Політичні процеси в українському суспільстві
6. Формування громадянського суспільства та забезпечення прав і свобод людини та громадянина

7. Етнокультурні тенденції в сучасній Україні

Семінарські заняття

1. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток сучасної людини
2. Соціальні та громадянські компетенції людини і громадянина
3. Уміння вчитися впродовж життя
4. Особливості суспільно-політичної ситуації в
5. сучасній Україні

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

Активованій акаунт університетської пошти (**student.i.p@nmu.one**) на Офіс365.

6. Система оцінювання та вимоги

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

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

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 тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за два теоретичні модулі (кожен з них оцінюється максимально у 20 балів) та оцінок за виконання індивідуальних робіт (5 робіт сумарною оцінкою 60 балів).

Отримані бали за модульний контроль та індивідуальні завдання додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти)	Іспит відбувається у формі письмового заліку, білети для підсумкового контролю включають 30 тестових теоретичних запитань, та дві задачі. Правильна відповідь на всі запитання тестової частини оцінюється у 60 балів.
---	---

набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Правильна відповідь на задачі оцінюється у 40 балів. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Індивідуальні завдання	Включають побудову математичних моделей та розв'язування задач. Максимально оцінюються у 60 балів при своєчасному складанні, 30 балів при несвоєчасному складанні
Модульний контроль	Охоплює матеріали лекційного курсу. Містить тести та відкриті запитання. Максимально оцінюються у 40 балів (2 модулі×20 балів).

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку). Максимальна кількість балів при підсумковому оцінюванні: 100.

Рівень, рейтингова шкала	Теоретична підготовка	Практичні уміння і навички
Високий, 90–100, відмінно	Студент має глибокі, міцні і систематичні знання всіх положень теорії, може не тільки вільно сформулювати, але й самостійно довести закони, теореми, принципи, використовує здобуті знання і вміння в нестандартних ситуаціях, здатний вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань.	Студент самостійно розв'язує типові задачі різними способами, стандартні, комбіновані й нестандартні завдання, здатний проаналізувати й узагальнити отриманий результат. При виконанні практичних та індивідуальних робіт студент дотримується усіх вимог, передбачених програмою курсу. Крім того, його дії відрізняються раціональністю, вмінням оцінювати помилки й аналізувати результати.
Вище середнього, середній 82-89; 74-81; дуже добре, добре	Студент знає і може самостійно сформулювати основні теоретичні положення, принципи та пов'язати їх з реальними явищами, може привести вербальне формулювання основних положень теорії, навести приклади їх застосування в практичні й діяльності, але не	Студент самостійно розв'язує типові (або за визначеним алгоритмом) завдання, володіє базовими навичками з виконання необхідних логічних операцій та перетворень, може самостійно сформулювати типову задачу за її словесним описом, скласти

	завжди може самостійно довести їх. Студент може самостійно застосовувати знання в стандартних ситуаціях, його відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим.	типову схему та обрати раціональний метод розв'язання, але не завжди здатний провести аналіз і узагальнення результату.
Достатній, 64-73, 60-63 задовільно, посередньо	Студент відтворює основні поняття і визначення курсу, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теорії, знає істотні ознаки (засади) основних теоретичних положень та їх відмінність, може записати окремі термінологічні дефініції теоретичного положення за словесним формулюванням і навпаки; допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може.	Студент може розв'язати найпростіші типові завдання за зразком, виявляє здатність виконувати основні елементарні аналізи, але не спроможний самостійно сформулювати задачу за словесним описом і визначити метод її розв'язання.
Низький, 0-59, незадовільно	Відповідь студента при відтворенні навчального матеріалу елементарна, фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про теоретичні положення. У відповіді цілком відсутня самостійність. Студент знайомий лише з деякими основними поняттями та визначеннями курсу, з допомогою викладача може сформулювати лише деякі основні положення теорії.	Студент знає умовні позначення та вміє розрізняти основні величини, вміє розв'язувати завдання лише на відтворення основних формул, здійснювати найпростіші математичні дії.

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 (вигадкування 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".
http://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/System_of_prevention_and_detection_of_plagiarism.pdf.

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 «Політичний маркетинг» (<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3768>).

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 «Політичний маркетинг» (<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3768>).

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

Онлайн заняття відбуваються на платформі teams.

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 - в онлайн-формі, 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. 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 «Політичний маркетинг».

8. Рекомендовані джерела інформації

1. Основи політичної соціології: навчальний посібник для студентів соціогуманітарних спеціальностей / М.А. Безносков, Т.М. Дубліаш, А.Д. Литовченко та ін. – Х.: ХНУ імені В.Н. Кразіна. 2015. – 252 с.
2. Авер'янов В.Б., Алексеєнко І.В., Андреев С.С. та ін. Політологічний енциклопедичний словник / Ю. С. Шемшученко (відп. ред.), В. П. Горбатенко (упоряд.). К.: Генеза, 2004. — 735 с.
3. Головатий М.Ф. Політичний менеджмент: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2005. — 264 с. 14
4. Горбатенко В.П. Політичне прогнозування: теорія, методологія, практика. — К.: Генеза, 2006. — 395 с.
5. Політичний маркетинг та електоральні технології. — К., 2002.
6. Полторац В. Маркетингові дослідження: сутність, методи, технології // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2000. — № 1. — С. 108–128.
7. Полторац В. Політичний маркетинг та організація виборчих кампаній // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 1. — С. 61–79.
8. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: Навч. посіб. — К.: НМЦВО, 2001. — 560 с.
9. Тихомирова Є.Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: Монографія. — К.: Наша культура і наука, 2004. — 489 с.