

ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

Тип (статус) дисципліни	Вибіркова загальної підготовки
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	
Кількість призначених кредитів ЄКТС	4.00
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: володіти базовим категорійно-понятійним апаратом, розуміти основні теоретичні засади політичного менеджменту та маркетингу; аналізувати теоретичні й практичні аспекти організації та проведення політичної кампанії; проводити дослідження політичного ринку та розробляти стратегії виборчих кампаній; застосовувати технології політичного рекламування та побудови іміджу суб'єктів політики.

Зміст навчальної дисципліни. Політичний менеджмент: теорія та методологія. Суб'єкти політичного менеджменту. Технології політичного менеджменту. Прийняття політичного рішення. Комунікаційний менеджмент в політиці. Політичний консалтинг в політичному менеджменті. Політична кампанія як вид управлінських відносин. Моделювання в політичному менеджменті. Теоретичні аспекти політичного маркетингу: основні поняття та концепції. Маркетинг транзакцій та маркетинг відносин. Основні характеристики політичного ринку. Сегментування політичного ринку. Недиференційований (масовий) маркетинг. Концентрований маркетинг (маркетинг сегментів). Диференційований маркетинг (мікромаркетинг + маркетинг ніш). Дослідження в політичному маркетингу. SWOT-аналіз: теорія і практика. Бренд, імідж і позиціонування в політичному маркетингу. Теорія «Agenda-setting». Формування порядку денного в контексті політичного маркетингу. Політична реклама і технології групової і міжособистісної комунікації в політичному

Запланована аудиторна робота: не менше 1/3 від загального обсягу дисципліни.

Форми (методи) навчання: Лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (робота в малих групах, дискусії, навчальні ігри, case study (метод практичних ситуацій), метод проєктів, SWOT-аналіз); самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: Усне опитування, письмове опитування, тестування, презентація результатів виконання індивідуальних завдань.

Вид семестрового контролю: залік

Навчальні ресурси:

1. Віннічук О. В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації : навч.- метод. посіб. / О. В. Віннічук, О. В. Рибшун. Кам'янець-Подільський : Рута, 2017. 70 с.
2. Перемога на виборах: технології, кампанії, принципи : практичний посібник / за заг. ред. М. Д. Городка. Київ, 2016. 264 с.
3. Полторак В. А. Політичний маркетинг: сутність, функції, проблеми використання: монографія; Дніпропетров. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. Д. : Вид-во ДУЕП ім. А. Нобеля, 2010. 152 с.
4. Шведа Ю. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту : навч-метод. посібник / Ю. Шведа. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 340 с.
5. Шульга М. А., Зубчик О. А. Політичний менеджмент : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2013. 159 с.
6. Модульне середовище. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnmu.edu.ua/course/view.php?id=6592>.
7. Електронна бібліотека. URL: http://lib.khmnmu.edu.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладач(і): канд.філос. наук, доц.Заславська О.О.