

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
 Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
 Кафедра соціології та політології

УЗГОДЖЕНО
 Декан ФІСК

Наталія ЛАДОГУБЕЦЬ
 «19» 12 2022 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з навчальної роботи
Анатолій ПОЛУХІН
 «19» 12 2022 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни


«Політичний менеджмент та політичний маркетинг»

Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»
 Спеціальність: 052 «Політологія»
 Освітньо-професійна програма: «Політологія»

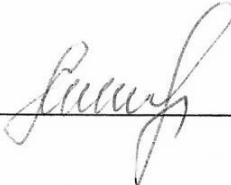
Форма навчання	Семестр	Усього (годин/кредитів ECTS)	Лекції	Практ. заняття	Лабораторні	Самостійна робота	ДЗ/РГР/К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна:	7	105/3,5	34	17	-	54	-	-	Екзамен - 7 с.
Заочна	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Індекс: НБ-8-052/21-2.1.32


СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022


	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 2 з 19	

Робочу програму навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Політологія», навчального та робочого навчального плану №№ НБ-8-052/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 052 «Політологія» та відповідних нормативних документів.

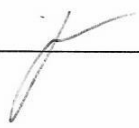
Робочу програму розробив:
професор кафедри соціології та політології  М. Недюха

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри за спеціальністю 052 «Політологія» та освітньо-професійною програмою «Політологія» - кафедри соціології та політології, протокол № 12 від «05» 09 2022 р.

Гарант освітньо-професійної програми  І. Прокопчук

Завідувачка кафедри  О. Хомерікі

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету лінгвістики та соціальних комунікацій (ФЛСК), протокол № 10 від «08» 11 2022 р.


Голова НМРР  А. Кокарева

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Контрольний примірник



ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.....	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.....	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.....	4
1.4. Міждисциплінарні зв'язки.....	5
2. Програма навчальної дисципліни	4
2.1. Зміст навчальної дисципліни.....	7
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	7
2.3. Тематичний план	7
2.4. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	8
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	8
3.1. Методи навчання.....	8
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	8
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет.....	8
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	9

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 4 з 18	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення та оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 р., № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце навчальної дисципліни. Дана навчальна дисципліна належить до циклу професійної підготовки та є невід'ємною складовою сукупності знань та вмінь, що формують професійний профіль майбутнього спеціаліста політолога, дозволить створити передумови для усвідомленого підходу до практичної роботи. Вона сприяє становленню у студентів світоглядної основи теоретичної і практичної діяльності майбутнього політолога завдяки засвоєнню знань з курсу та систематизації й узагальнення наявних у них професійних знань.

Метою викладання дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг» — є набуття знань, умінь і навичок менеджерської та маркетингової діяльності, професійної компетентності щодо ефективного управління соціальними, політико-правовими та організаційними структурами шляхом побудови цілісної системи функціонування організації та управління нею, забезпечення комунікації складових соціальної системи, основу якої складають великі групи людей.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- вивчення термінологічної бази та вихідного понятійно-категоріального апарату політичного менеджменту та політичного маркетингу як науки і навчальної дисципліни;
- обґрунтування змісту, функцій та призначення суб'єкта діяльності в системі політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- вивчення змісту, функцій та процесу політико-правового управління складними соціальними та політико-правовими системами, забезпечення їх життєдіяльності та контролю;
- формування змістовного, організаційного, інформаційного та політико-правового забезпечення ефективного функціонування організації;
- набуття знань, формування вмінь і навичок, професійної компетентності щодо планування та організації діяльності, розроблення, ухвалення та контролю управлінських рішень з питань забезпечення ефективного функціонування політичного менеджменту та політичного маркетингу як єдиної системи;
- обґрунтування доцільності використання організаційних форм, методів і засобів політико-правового управління, політичного рекламування та конструювання іміджу засобами реклами;
- розроблення соціальних та політико-правових проектів з питань забезпечення ефективного функціонування ринку влади в Україні.


Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є принципи, зміст та функції, технології політичного менеджменту та політичного маркетингу.

Предметом навчальної дисципліни є змістовна, функціональна та організаційна діяльність у сфері управління сучасними соціальними та політико-правовими системами, ринком влади в Україні.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

У процесі навчання (лекції, практичні заняття, самостійна робота) студенти отримують необхідні знання, набувають умінь і навичок, професійної компетентності у сфері менеджерської та маркетингової діяльності як різновиду політико-правового знання.

За результатами вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 5 з 18	

знати:


- предмет, завдання та функції, теоретико-методологічний і політико-правовий потенціал політичного менеджменту та політичного маркетингу як науки і навчальної дисципліни, моральноетичні та правові засади професійної діяльності;
- теоретико-концептуальні засади політичного менеджменту та політичного маркетингу, які сприяють забезпеченню єдності теорії і практики;
- історію становлення й розвитку теорії і практики політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- суб'єктно-об'єктну обумовленість діяльності управлінця у сфері політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- методологію, змістовне, організаційне та функціональне забезпечення політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- механізм функціонування, практику забезпечення ефективного (соціально справедливого) управління соціальними та політико-правовими системами, ринком влади в Україні;
- сутність та призначення кадрової політики, особливості її реалізації в управлінні, забезпеченні життєдіяльності соціальних і політико-правових систем;
- інформаційно-комунікативні зв'язки, технології та особливості їх реалізації в системі політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- порядок розроблення й ухвалення управлінських рішень, їх ефективної реалізації у системах політичного менеджменту та політичного маркетингу.

вміти:

- ефективно застосовувати набутий теоретико-методологічний та політико-правовий потенціал, знання та практичні навички у професійній діяльності політолога, фахівця у галузі політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- ухвалювати й ефективно реалізовувати управлінські рішення відповідно до набутого знання, умінь і навичок, професійної компетентності, національних інтересів, критичного мислення, у тому числі в частині ведення діалогу та полеміки, пошуку істини, утвердження блага та соціальної справедливості, досягненні угод і компромісів;
- враховувати досвід управлінської діяльності, набутий представниками різних шкіл наукового управління, політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- планувати, організовувати та забезпечувати особисту діяльність та структурних підрозділів управлінської системи в частині визначення стратегічних і тактичних цілей, ухвалення відповідних рішень, політико-правових та організаційних засобів їх реалізації, втілення у практику управління політичним ринком;
- організовувати процес документування, формувати потоки документів, забезпечувати належний порядок їх функціонування в частині, зокрема, набуття чинності, виконання та зберігання;
- здійснювати ефективну кадрову політику відповідно до цілей та завдань менеджменту організації та ринку влади;
- професійно виконувати політико-організаційні, експертні, дорадчі та консультативні функції на місцевому (регіонально-територіальному), національному та міжнародному ринках влади;
- визначати пріоритети професійної діяльності відповідно до сутності й особливостей втілення національних інтересів, у тому числі з урахуванням безпекової складової відповідно до внутрішніх і зовнішніх викликів та загроз, завдань воєнного стану та поствоєнного розвитку України.

Підсумкові результати навчання: (далі ПРН)

ПРН9. Вміти застосовувати політологічне мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем у політичній сфері на основі опанування класичної та сучасної політичної думки.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 6 з 18	

ПРН11. Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.

ПРН21. Виявляти природу внутрішньополітичних та міжнародних деструктивних факторів впливу на стійкість політичних систем.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен набути таких компетентностей:

ЗК4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК06. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК07. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Фахові компетенції (далі – ФК).

ФК01. Здатність використовувати категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.

ФК04. Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.

ФК05. Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки:


Навчальна дисципліна «Політичний менеджмент та політичний маркетинг» базується на знаннях, а також навичках та вміннях, набутих за результатами вивчення таких, зокрема, дисциплін: «Політичний копірайтинг», «Виборчі системи та виборчий процес», «Політичні партії та партійні системи», «Політичні системи країн світу», «Основи соціально-політичних досліджень», взаємопов'язана з дисципліною «Політекономія» та є базою для подальшого вивчення дисципліни «Політичні комунікації та PR».

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з трьох навчальних модулів, а саме:

- навчального модуля №1 «Теоретичні засади політичного менеджменту та політичного маркетингу»;
- навчального модуля №2 «Політична іміджологія: сутність, прийоми та технології формування образу суб'єкта політики»;
- навчального модуля № 3 «Наука політичного менеджменту та політичного маркетингу: теоретико-методологічний потенціал політико-правового позиціонування та конструювання соціального простору», які є логічно завершеними, цілісними частинами навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 7 з 18	

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля.

Модуль №1 «Теоретичні засади політичного менеджменту та політичного маркетингу»;

Інтегровані вимоги модуля №1:

Знати:

- об'єкт і предмет, методи і технології політичного менеджменту та політичного маркетингу як науки та навчальної дисципліни;
- проблематику новітніх досліджень політичного менеджменту та політичного маркетингу в їх класичному, некласичному та постнекласичному вимірах;
- основні етапи ухвалення політичних рішень та забезпечення контролю за їх виконанням;
- соціальні очікування, політичні цінності та морально-етичні орієнтації громадян в сучасній Україні;
- менеджмент та маркетинг правлячої (урядової) команди та опозиційних політичних структур.

Вміти:

- демонструвати потенціал вихідного (базового) знання навчальної дисципліни відповідно до наданої спеціалізованої літератури, а також електронних інформаційних ресурсів;
- розуміти, інтерпретувати та пояснювати можливості вихідного понятійно-категоріального апарату, методів, прийомів і технологій, критеріїв доцільності їх застосування як інструментів наукового дослідження в їх відповідності національним інтересам України.

Мати здатності до:


- дослідження сучасних політичних процесів;
- презентації результатів наукових досліджень;
- надання наукових пропозицій та експертних оцінок щодо стану та перебігу політичних процесів в Україні та європейському політико-правовому просторі;
- пошуку задовільних відповідей на виклики суверенного розвитку України, її позиціонування як суб'єкта європейського та світового політико-правового простору.

Тема 1.1. Політичний менеджмент та політичний маркетинг: сутність, функції та призначення.

Політичний менеджмент і політичний маркетинг: об'єкт і предмет, завдання дослідження. Політичний менеджмент як інструмент управління політичними процесами. Трансформація (деолігархізація) політичної системи українського суспільства доби суверенного розвитку України: потенціал політичного менеджменту. Об'єктивні та суб'єктивні чинники політичної діяльності суб'єктів політичного процесу. Політична участь як обов'язкова умова політичного процесу та політичної діяльності. Механізм ухвалення політичного рішення та його основні етапи. Особливості реалізації технологій політичного менеджменту в Україні. Критичне мислення як складова політичного маркетингу та рекламування. Поняття ефективності політичного маркетингу.

Тема 1.2. Критичне мислення у професійній діяльності політтехнолога.

Сутність та призначення критичного мислення як конструктивного засобу досягнення істини, утвердження правди та соціальної справедливості. Характерні ознаки конструктивної критики. Прийоми критичного мислення (фактологічної критики, гносеологічної критики, іманентної критики тощо) як засоби забезпечення діалогу та полеміки. Критиканство як несумісний з критичним мисленням прийом полеміки. Системні критики марксистської інтелектуальної традиції: Е.Бернштейн, П.Струве, Т. Адорно, М.Вебер, К.Поппер, Ю.Габермас, М.Горкгаймер, Л. Колаковські, Д.Лукач, Марек, Г.Маркузе, Р. Гароді, Фішер та ін. Пропаганда як різновид критиканства та її ознаки. Теоретична та фактична неспроможність ідей «руського міра». Реальні та

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 8 з 18	

потенційні загрози істині у науці та правді у суспільстві: теоретико-методологічний потенціал критичного мислення в частині пошуку задовільних відповідей на виклики суверенного розвитку України. Критичне мислення: ознаки фахової компетентності та професійного становлення вітчизняного політолога.

Тема 1.3. Правова ідеологія українського суспільства: теоретико-методологічний потенціал політичного менеджменту та політичного маркетингу.

Сутність та призначення, теоретико-методологічний та політико-правовий потенціал, функції правової (конституційної) ідеології сучасного українського суспільства. Значущість української держави як соціотворчого суб'єкту соціальних змін. Трансатлантичні (США) та європейські типи правової ідеології (Велика Британія, Франція, Німеччина): сутність, призначення, класифікація. Український досвід формування правової ідеології. Добре врядування та належне врядування як засоби позиціонування та конструювання європейського соціального та політико-правового простору.

Тема 1.4. Державна політика України щодо захисту національних інтересів у вітчизняному інформаційному та політико-правовому просторі.

Національні інтереси в інформаційній сфері: сутність, теоретико-методологічний потенціал, соціально-політичні можливості позиціонування України в європейському та світовому інформаційному просторі. Зарубіжний досвід соціально-політичного та нормативно-правового регулювання, позиціонування та конструювання інформаційного та політико-правового простору країни. Потенціал політичного менеджменту та політичного маркетингу як науки, соціальної та політичної практики.

Тема 1.5. Державна мовна політика України: потенціал етнонаціональної та громадянської ідентифікації.


Сутність та призначення державної мовної політики в Україні. Теоретико-методологічні, політичні та конституційно-правові засади розроблення та реалізації державної мовної політики в Україні. Мова і українознавчий світогляд. Соціально-історичні та політико-правові засади функціонування української мови як державної. Потенціал мови як засобу етнонаціональної та громадянської ідентифікації, адаптації та інтеграції суспільства, творення соціальної дійсності. Міжнародний досвід реалізації державної мовної політики. Сучасний стан нормативно-правового забезпечення державної мовної політики в Україні: виклики, ризики, небезпеки та пошуки задовільних відповідей.

Тема 1.6. Політико-правові засоби ідентифікації, запобігання та протидії корупції в Україні.

Зміст понять “бюрократія”, “бюрократизм”, «корупція», “побутова корупція”, “політична корупція”. Класична теорія раціональної системи управління (бюрократії) Макса Вебера як теоретико-методологічна підвалина досягнення сутності та загроз політичної корупції в Україні. Історичні передумови появи корупції в Україні. Джерела корупції в Україні. Політико-правові засоби ідентифікації, запобігання та протидії політичній корупції в органах державної влади та муніципального управління України. Сутність інституційної й інноваційної моделей протидії корупції в Україні.

Тема 1.7. Децентралізація влади в Україні як умова, засіб і потенціал забезпечення процесу соціальних змін в українському суспільстві.

Сутність, умови та завдання реформи децентралізації влади в Україні, її наближення до євростандартів місцевого самоврядування. Завдання та пріоритети формування громадянського суспільства. Прогалини у вітчизняному законодавстві з питань права місцевого самоврядування як перешкоди євроцивілізаційного шляху України. Основні напрями забезпечення ціннісно-соціалізуючого впливу законів “Про місцеве самоврядування в Україні”, “Про децентралізацію влади в Україні” та процес формування об'єднаних територіальних громад в Україні.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 9 з 18	

Модуль №2 «Політична іміджологія: сутність, прийоми та технології формування образу суб'єкта політики»

Інтегровані вимоги модуля №2:

Знати:

- категоріальний апарат, теоретико-методологічні засади, технологічний потенціал політичної іміджології;
- соціальні очікування, політичні цінності та морально-етичні орієнтації мешканців України в їх регіонально-територіальному, національному та європейському вимірах;
- прийоми та технології забезпечення єдності теорії і практики виборчого процесу, формування іміджу організації (владної чи опозиційної) та його (іміджу) актуалізації.

Вміти:

- застосовувати понятійно-категоріальний апарат, технології політичного менеджменту та політичного маркетингу, критичного мислення в частині визначення, змістовного та функціонального призначення основних типів іміджу, а також його складових;
- формувати імідж організації та її лідера відповідно до досягнутих національних інтересів, сутності правової (конституційно) ідеології, державної мовної та інформаційної політики, спроможності до протидії політичній корупції в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування;
- володіти методами та технологіями, засобами побудови (створення) іміджу відповідно до обставин повсякдення, соціально-політичної ситуації в регіоні та країні, цінностей та орієнтацій, масових настроїв і очікувань, викликів і загроз суверенного розвитку України;
- забезпечувати просування іміджу засобами його актуалізації: агітації (масової та індивідуальної), реклами, листівкової експансії, діалогу та полеміки, нейтралізації аргументів опонентів тощо.

Мати здатності до:

- дослідження політичних цінностей, соціально-політичних орієнтацій громадян України;
- знаходження змістовних і функціональних залежностей, причинно-наслідкових зв'язків між реальними і потенційними іміджами політиків та соціально-груповими інтересами, нагальними потребами і завданнями процесу соціальних змін українського суспільства, євроінтеграційними прагненнями України.
- виявлення причин збереження (зміни) влади, забезпечення політичного лідерства відповідно до умов та обставин повсякдення, поточної соціально-політичної ситуації, динаміки соціальних змін українського суспільства.

Тема 2.1. Політична іміджологія.


Поняття «імідж» у сучасній політичній науці: сутність, призначення, змістовні та функціональні характеристики. Імідж і стереотип. Поняття про функціональний, контекстний та порівняльний іміджі. Імідж організації та її лідера: загальне, особливе й окреме. Обставини та технології формування іміджу організації та її лідера (лідерів).

Тема 2.2. Технології актуалізації (просування) іміджу та нейтралізації опонентів.

Поняття про технологічне забезпечення процесу просування іміджу: стратегія і тактика, основні режими, PR-реклама та її елементи. Основні прийоми діалогу та полеміки з політичними опонентами. Критичне мислення як складова актуалізації іміджу.

Тема 2.3. Політична реклама.

Поняття реклами. Основні принципи Міжнародного кодексу реклами (Париж, 1987 р.). Поняття та призначення комерційної та політичної реклами: загальне й окреме. Зміст

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 10 з 18	

понять „політичний суб’єкт” і „політичний об’єкт”. Основні різновиди політичної реклами. Багатоманітність рекламних тем політичних інформаційно-пропагандистських матеріалів. Типологія політичної реклами. Політичне рекламування як різновид політичного маркетингу, спрямованого на формування позитивного політичного іміджу лідерами чи ідеями. Етапи політичного рекламування.

Модуль № 3. «Наука політичного менеджменту та політичного маркетингу: теоретико-методологічний потенціал політико-правового позиціонування та конструювання соціального простору».

Інтегровані вимоги модуля № 3.

Знати:

- категоріальний апарат та методологічні засади, технологічний потенціал політичного менеджменту та політичного маркетингу;
- генезу ідей і концепцій “еліт” та “політичного елітизму” в їх національному, субнаціональному та світовому вимірах;
- сутність та особливості перебігу поточного моменту інституціональних змін світового та європейського порядку.

Вміти:

- застосовувати понятійно-категоріальний апарат, технології та прийоми політичного менеджменту та політичного маркетингу, критичного мислення в частині оптимального забезпечення позиціонування та конструювання соціального та політико-правового простору в “національних кольорах” України;
- формувати імідж організації та її лідера як суб’єкта політичної діяльності, спроможного до надання задовільних відповідей на виклики і загрози суверенного розвитку України, зокрема, протидії політичній корупції в діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування;
- забезпечувати просування іміджу України як правової держави, громадянського суспільства та демократичної країни засобами його актуалізації в національному, субнаціональному та світовому соціальному та політико-правовому просторі.

Мати здатності до:


- дослідження політичних цінностей та соціально-політичних орієнтацій громадян України в їх наближеності до усталених європейських і світових стандартів;
- знаходження змістовних відповідей на виклики суверенного розвитку України, забезпечення політичного лідерства, доцільності зміни (збереження) влади, формування політичної еліти поствоєнної України;
- теоретико-методологічного обґрунтування інституційного забезпечення національної безпеки, норм міжнародного та європейського права як засобу регулювання діяльності суб’єктів європейського та світового політико-правового простору;
- розуміння, інтерпретації та пояснення особливостей формування політичної еліти поствоєнної України.

Тема 3.1. Політична еліта в сучасному глобалізованому світі.

Поняття „політична еліта”: сутність та джерела походження. Генеза ідей і концепцій «еліт» та «політичного елітизму» (В. Парето, Р. Моска, Р. Міхельс, М. Вебер, А. Тойнбі, Г. Лассуел та ін.). Типологія політичних еліт. Основні функції та риси політичної еліти. Структура політичної еліти. Поняття про умови та завдання діяльності опозиційної політичної еліти. Опозиція як політично організована група. Контреліта як протипава правлячій еліті. Концепція „національної аристократії” В. Липинського. Поняття національної еліти. Особливості формування політичної еліти поствоєнної України.

Тема 3.2. Людина у процесах політичної глобалізації.


Глобалізація та локалізація: сутність інституціональних змін світового порядку. Російсько-українська війна та наукові дискусії щодо критеріїв формування нового

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 11 з 18	

світового порядку та його політико-правового регулювання. Пріоритетні підходи щодо перегляду засад інституціональної довіри, національної безпеки, норм міжнародного та європейського права як засобу регулювання діяльності суб'єктів європейського та світового політико-правового простору.

2.3. Тематичний план

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усього	Лекції	Семінар заняття	СРС	Усього	Лекції	Семінар заняття	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Теоретичні засади політичного менеджменту та політичного маркетингу»										
1.1	Політичний менеджмент та політичний маркетинг: сутність, функції та призначення.	7 семестр				- семестр				
		7	2	2	3	-	-	-	-	
1.2	Критичне мислення у професійній діяльності політтехнолога.	5	2	-	3	-	-	-	-	
1.3	Правова ідеологія українського суспільства: теоретико-методологічний потенціал політичного менеджменту та політичного маркетингу. Частина 1.	7	2	2	3	-	-	-	-	
1.4	Правова ідеологія українського суспільства: теоретико-методологічний потенціал політичного менеджменту та політичного маркетингу. Частина 2.	5	2	-	3					
1.5	Державна політика України щодо захисту національних інтересів у вітчизняному інформаційному та політико-правовому просторі. Частина 1	5	2	-	3					
1.6	Державна політика України щодо захисту національних інтересів у вітчизняному інформаційному та політико-правовому просторі. Частина 2	5	2	-	3	-	-	-	-	
1.7	Державна мовна політика України: потенціал етнонаціональної та громадянської ідентифікації.	7	2	2	3	-	-	-	-	
1.8	Політико-правові засоби ідентифікації, запобігання та протидії корупції в Україні.	5	2	-	3	-	-	-	-	
1.9	Децентралізація влади в Україні як умова, засіб і потенціал забезпечення процесу соціальних змін в українському суспільстві.	7	2	2	3	-	-	-	-	
1.10	Модульна контрольна робота №1	6	2	-	4					
Усього за модулем №1		59	20	8	31	-	-	-	-	
Модуль №2 «Політична іміджологія: сутність, прийоми та технології формування образу суб'єкта політики»										

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 12 з 18	

2.1	Політична іміджологія.	7 семестр				- семестр			
		7	2	2	3	-	-	-	-
2.2	Технології актуалізації (просування) іміджу та нейтралізації опонентів.	5	2	-	3	-	-	-	-
2.3	Політична реклама.	7	2	2	3	-	-	-	-
2.4	Модульна контрольна робота №2	6	2	-	4	-	-	-	-
Усього за модулем №2		25	8	4	13				
Модуль № 3. «Наука політичного менеджменту та політичного маркетингу: теоретико-методологічний потенціал політико-правового позиціонування та конструювання соціального простору»									
3.1	Політична еліта в сучасному глобалізованому світі.	7 семестр				семестр			
		7	2	2	3				
3.2	Людина у процесах політичної глобалізації.	7	2	2	3	-	-	-	-
3.3	Модульна контрольна робота №3	7	2	1	4	-	-	-	-
Усього за модулем №3		21	6	5	10	-	-	-	-
Усього за навчальною дисципліною		105	34	17	54	-	-	-	-

2.4 Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів під час вивчення дисципліни застосовуються такі навчальні технології, як: семінар-дискусія, метод мозкового штурму, робота в малих групах, метод конкретної ситуації.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, презентацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Адміністративний менеджмент для магістрів: підручник / за ред. О. М. Теліженка та С. В. Глівенко. Суми : Університетська книга, 2017. 871 с.

3.2.2. Бородіна О. А., Ходова Я. О. Адміністративний менеджмент: навч. посіб. / за заг. ред. О. А. Бородіна. Маріуполь: ПДТУ, 2015. 84 с.

3.2.3. Вдовенко Ю. С. Вдовенко С. М., Рогова О. В. Адміністративний менеджмент (теоретичні положення; пріоритети у виробничій сфері, державних органах, громадських організаціях): навч. посіб. Чернігів : Лук'яненко В. В. [вид.] : Орхідея, 2015. 264 с.

3.2.4. Вербовська Л. С., Берлоус М.В. Менеджмент і адміністрування (модуль «Адміністративний менеджмент»): практикум. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2018. 28с.

3.2.5. Гордієнко Л. Ю. Адміністративний менеджмент : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 216 с.

3.2.6. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р., Михаліцький В.С. Адміністративний менеджмент: навчальний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 320 с.

3.2.7. Недюха М.П. Критика як теоретико-пізнавальний та діалогово-полемічний конструкт конституційно-правового мислення // Правова наука: потенціал розвитку / П

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 13 з 18	

Всеукр. наук.-практ. конф., присвячена пам'яті Н.Р. Нижник // Матеріали конф. / 3 жовтня 2018 р. Ірпінь: НУДФСУ, 2018. С.21-25.

3.2.8. Недюха М.П. Правова ідеологія українського суспільства: монографія. К.: «МП «Леся», 2012. 400 с.

3.2.9. Nediukha M.P. Criticism as a Concept of Classical Science and a Social Phenomenon of Civil Society: the Potential of Constitutional and International Law (As Exemplified by the Ukrainian Society) // Theoretical and practical aspects of modern jurisprudence development: the experience of European countries and prospects for Ukraine : collective monograph / V. M. Bevzenko, V. A. Bortnyak, K. V. Bortnyak, O. Yu. Busol, etc. Lviv-Torun : Liga-Pres, 2019. P. 262-283 (eng.).

3.2.10. Nediukha M.P. State Language Policy in Ukraine: Constitutional and Legal Support // Formation and prospects for the development of national critical infrastructure protection system in Ukraine : collective monograph / V. M. Bevzenko, V. A. Bortnyak, K. V. Bortnyak, O. Yu. Busol, etc. Lviv-Torun : Liga-Pres, 2019. P. 220-242.

3.2.11. Недюха М.П. Правова ідеологія українського суспільства: монографія. 2-ге вид., випр. і доп. К.: «МП «Леся», 2022. 450 с.

3.2.12. Недюха М.П. Політична корупція в Україні: соціальні механізми ідентифікації, попередження та протидії. Доповідь // Трансформація соціальних інститутів в інформаційному суспільстві. ІУ Конгрес Соціологічної асоціації України. Харків, 28-29 жовтня 2021 р. Х.: 2021/
<https://us04web.zoom.us/j/75158218287?pwd=c2kzeTlueWhkMXVwc3JuanZDWUJ1z09hGo>

3.2.13. Недюха М.П. Архетипні засади соціологічного дослідження українського суспільства // Трансформація соціальних інститутів в інформаційному суспільстві. ІУ Конгрес Соціологічної асоціації України. Тези доповідей. Харків, 28-29 жовтня 2021 р. // <https://sau.in.ua/app/uploads/2021/12/tezy-iv-kongresu-sau.pdf>

3.2.14. Недюха М.П. Правова ідеологія як засіб систематизації законодавства // Центр законопроектних студій // URL: <http://lawdrafting.org/fahova-pozitsiya/>

3.2.15. Недюха М.П. Архетипні засади правової ідеології українського суспільства. Український соціум. 2022. № 2 (81). С. 76-84.

3.2.16. Nediukha M.P. The theoretical and methodological approaches to defining the subject of the methods of teaching humanitarian disciplines at higher school (as exemplified by the multicultural educational model) // Theoretical and applied aspects of the development of modern psychology and pedagogy : collective monograph / S. P. Belavin, T. I. Belavina, I. N. Bila, T. O. Kostina, etc. Lviv-Torun : Liga-Pres, 2019. P. 137-158.

Допоміжна література

3.2.17. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / 2-ге вид., перероб. і допов. К.: Знання Прес, 2011. 645 с.


3.2.18. Віннічук О. В., Рибщун О.В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч.-метод. посіб. Кам'янець Подільський : Рута, 2017. 70 с.

3.2.19. Донченко О.А. Архетиповий менеджмент: монографія. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2012. 264 с.

3.2.20. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / 3-тє вид., допов. і переробл. К.: Знання, 2011. 354 с.

3.2.21. Мудра І. М. Маркетингові стратегії сучасних громадсько-політичних газет України: монографія; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Л. : ДизайнСтудія "Папуга", 2014. 234 с.

3.2.22. Недюха М.П. Теоретико-методологічні та світоглядні засади правової ідеології українського суспільства // Трансформація правової ідеології у контексті сучасних викликів : монографія / [кол. авторів; за заг. ред. Н.М. Оніщенко]. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 472 с. С. 8-63.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 14 з 18	

3.2.23. Філософія гуманістичного менеджменту (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри): [навч. посіб.] / [уклад. Соснін О. В., Воронкова В. Г., Ажажа М. А. Запоріжжя : Дике Поле, 2016. 356 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. Концепція подолання корупції в Україні «На шляху до доброчесності» / URL: <http://www.minjust.gov.ua/0/7094>;

3.3.2. Хмара О., Волошина А. Антикорупційна політика в Україні: доповідь від платформи громадянського суспільства /URL: http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/csp-ua-anticorruption-report_ukr.pdf;

3.3.3. <http://www.autosystems.com.ua> – інформаційно-пошукова система по підприємствах, фірмах і організаціях, які працюють на ринку України (Маркетинг термінал-2000);

3.3.4. <http://barhan.poltava.ua/marek/> - розділ «Маркетинг і реклама»: теорія і практичні поради;

3.3.5. <http://uam.iatp.org.ua> – українська асоціація маркетингу;

3.3.6. <http://www.mr.com.ua> – «Маркетинг і реклама» – український професійний журнал;

3.3.7. <http://www.obriy-marketing.kiev.ua> – маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій (Обрій маркетинг);

3.3.8. <http://www.i2.com.ua> – Бібліотека інтелектуальні системи прогнозування: фінанси, валюта, економіка, маркетинг, менеджмент, цінні папери, біржі;


3.3.9. <http://www.profitbook.com.ua> – ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій.

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1.

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Модуль № 1 «Теоретичні засади політичного менеджменту та політичного маркетингу»	7 семестр	- семестр
Відповідь на практичному занятті	5 б x2 = 10	-
Виступ з презентацією	10 б x 1=10	-
Виконання тестових завдань	5 б x 1=5	-
Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше	21 бал	-
Виконання модульної контрольної роботи	10	-
Усього за модулем №1	35	-
Модуль № 2 «Політична іміджологія: сутність, прийоми та технології формування образу суб'єкта політики»	7 семестр	- семестр
Відповідь на практичному занятті	5 б x2= 10	-

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 15 з 18	

Виступ з презентацією	10 б x 1=10	-
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше</i>	21	-
Виконання модульної контрольної роботи	10	-
Усього за модулем №2	30	-
<i>Модуль № 3. «Наука політичного менеджменту та політичного маркетингу: теоретико-методологічний потенціал політико-правового позиціонування та конструювання соціального простору»</i>	7 семестр	- семестр
Відповідь на практичному занятті	5 б x1= 5	
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №2 студент має набрати не менше</i>	21	
Виконання модульної контрольної роботи	10	
Усього за модулем №3	15	
Усього за модулями №1, №2, №3	80	
Семестровий екзамен	20	
Усього за дисципліною	100	-

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховують студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та екзаменаційної рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент та політичний маркетинг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 12.01.08-01-2022
		стор. 17 з 19	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	03.02	19.12.22	Редоренко К. А.	<i>[Signature]</i>	

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
1.	Голова Н.О.	19.12.22	<i>[Signature]</i>	Відсутні зауваження

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				



Додаток 3

**Відповідність оцінок у балах оцінкам за національною шкалою
(рекомендовані значення)**

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
3	4	5	6	7	8	9	10	11	13	14		15
3	4	5	6	7	8	9	9-10	10-11	12-13	13-14	14-15	Відмінно
2,5	3	4	5	6	6-7	7-8	8	9	10-11	11-12	12-13	Добре
2	2,5	3	4	4-5	5	6	6-7	7-8	8-9	9-10	9-11	Задовільно

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		27
15-16	16-17	17-18	17-19	18-20	19-21	20-22	21-23	22-24	23-25	24-26	25-27	Відмінно
12-14	13-15	14-16	15-16	15-17	16-18	17-19	18-20	18-21	19-22	20-23	20-24	Добре
10-11	10-12	11-13	12-14	12-14	13-15	13-16	14-17	15-17	15-18	16-19	16-19	Задовільно

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38		39
26-28	26-29	27-30	28-31	29-32	30-33	31-34	32-35	33-36	34-37	34-38	35-39	Відмінно
21-25	22-25	23-26	23-27	24-28	25-29	26-30	27-31	27-32	28-33	29-33	29-34	Добре
17-20	18-21	18-22	19-22	19-23	20-24	20-25	21-26	22-26	22-27	23-28	24-28	Задовільно

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50		51
36-40	37-41	38-42	39-43	40-44	41-45	42-46	43-47	43-48	44-49	45-50	46-51	Відмінно
30-35	31-36	32-37	32-38	33-39	34-40	35-41	35-42	36-42	37-43	38-44	38-45	Добре
24-29	25-30	25-31	26-31	27-32	27-33	28-34	28-34	29-35	30-36	30-37	31-37	Задовільно

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62		63
47-52	48-53	49-54	50-55	51-56	51-57	52-58	53-59	54-60	55-61	56-62	57-63	Відмінно
39-46	40-47	41-48	41-49	42-50	43-50	44-51	44-52	45-53	46-54	47-55	47-56	Добре
31-38	32-39	32-40	33-40	34-41	34-42	35-43	36-43	36-44	37-45	37-46	38-46	Задовільно

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74		75
58-64	59-65	60-66	60-67	61-68	62-69	63-70	64-71	65-72	66-73	67-74	68-75	Відмінно
48-57	49-58	50-59	50-59	51-60	52-61	53-62	53-63	54-64	55-65	56-66	56-67	Добре
38-47	39-48	40-49	40-49	41-50	41-51	42-52	43-52	43-53	44-54	44-55	45-55	Задовільно

Оцінка у балах											Оцінка за національною шкалою	
76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86		87
68-76	69-77	70-78	71-79	72-80	73-81	74-82	75-83	76-84	77-85	77-86	78-87	Відмінно
57-67	58-68	59-69	59-70	60-71	61-72	62-73	62-74	63-75	64-76	65-76	65-77	Добре
46-56	46-57	47-58	47-58	48-59	49-60	49-61	50-61	50-62	51-63	52-64	52-64	Задовільно



Додаток 4

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах
оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	Незадовільно	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1-34		F	Незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)