

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24 --2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 1

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
національної безпеки, права та
міжнародних відносин

27 серпня 2024 р., протокол № 8

Голова Вченої ради
Лариса СЕРГІЄНКО



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Політичний менеджмент і маркетинг»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійна програма «Політичний менеджмент і PR»
факультет національної безпеки, права та міжнародних відносин
кафедра міжнародних відносин і політичного менеджменту

Схвалено на засіданні кафедри
міжнародних відносин і
політичного менеджменту
27 серпня 2024 р.,
протокол № 6

Завідувач кафедри
Вікторія ЗАГУРСЬКА-
АНТОНЮК

Гарант освітньо-професійної
програми
Віктор ПАЩЕНКО

Розробник: д. політ.н., доц., професор кафедри міжнародних відносин і
політичного менеджменту Вячеслав СЕРГЄЄВ

Житомир
2024

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 2

Робоча програма навчальної дисципліни «Політичний менеджмент і маркетинг» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» 052 «Політологія» освітньо-професійна програма «Політичний менеджмент і PR» затверджена Вченою радою факультету національної безпеки, права та міжнародних відносин від 27 серпня 2024 р., протокол № 8.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 3

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 4	05 «Соціальні та поведінкові науки»	Нормативна	
Модулів – 2	052 «Політологія»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		2-й	-
Загальна кількість годин – 120		Семестр	
		4-й	-
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних - 4 самостійної роботи – 3,5	Освітній ступінь «бакалавр»	32 год.	-
		Практичні,	
		32 год.	-
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
		56 год.	- год.
		Вид контролю: екзамен	

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить для денної форми навчання – 53 % аудиторних занять, 47 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок у сфері управління політичними процесами, розробки та впровадження політичних стратегій, а також ефективного використання маркетингових технологій у політичній діяльності.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- Формування навичок розробки політичних стратегій та управління політичними процесами.
- Освоєння маркетингових інструментів для створення іміджу політичних суб'єктів та організації виборчих кампаній.
- Розвиток аналітичних і комунікативних компетенцій для ефективної політичної діяльності.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних **компетентностей**, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 052 «Політологія»:

ЗК 01. Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 05. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 08. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

СК 03. Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.

СК 05. Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

СК 07. Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

СК 10. Здатність до здійснення політичного аналізу, прогнозу, розробки практичних рекомендацій та забезпечення їх на практиці.

СК 11. Здатність до здійснення PR-діяльності у політичній сфері.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних **програмних результатів** навчання за спеціальністю 052 «Політологія»:

РН 10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.

РН 14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

РН 15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.

РН 17. Уміти аналізувати політичні процеси за допомогою комплексу аналітичних методик, а також прогнозування суспільно-політичних явищ.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 5

РН 18. Уміти налагоджувати зв'язки із громадськістю, планувати та здійснювати PR-кампанії, займатися медійною діяльністю політичного характеру.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати додатково наступні Soft skills:

- *Комунікативні навички:* письмове, вербальне й невербальне спілкування, орієнтоване на різні політичні аудиторії; уміння грамотно спілкуватися, зокрема з партнерами, медіа та виборцями; ведення дискусій, аргументування своєї позиції та конструктивне реагування на критику.
- *Уміння виступати привселюдно:* навички підготовки та проведення публічних виступів, орієнтованих на переконання аудиторії; уміння створювати презентації політичних програм, проєктів і кампаній; розвиток впевненості у виступах перед великими групами людей чи під час медіа-заходів.
- *Керування часом:* уміння ефективно планувати робочий графік у межах політичних кампаній; здатність справлятися з багатозадачністю та дотримуватися дедлайнів; організація часу команди для досягнення спільних цілей.
- *Гнучкість і адаптивність:* здатність швидко адаптуватися до змін у політичному середовищі та ринкових умовах; уміння аналізувати проблемні ситуації та оперативно приймати ефективні рішення.
- *Лідерські якості:* уміння працювати у стресових ситуаціях, залишаючись продуктивним; навички ухвалення стратегічних рішень і керування політичними проєктами; постановка цілей, формування планів дій та управління ресурсами.
- *Аналітичні навички:* уміння аналізувати політичне середовище, громадську думку та поведінку виборців; здатність оцінювати ефективність політичних і маркетингових стратегій.
- *Особисті якості:* розвиток креативності у створенні політичних кампаній та ініціатив; високий рівень етичності, чесності та відповідальності у виконанні завдань; толерантність, терпіння і повага до представників різних соціальних груп.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовий модуль 1. Політичний менеджмент

Тема 1. Поняття, сутність та теорії політичного менеджменту (ЗК 01, СК 07, РН 14)

1. Визначення політичного менеджменту: сутність та основні характеристики.
2. Теоретичні засади політичного менеджменту: класичні та сучасні підходи.
3. Основні функції політичного менеджменту.
4. Політичний менеджмент як основа професійної кар'єри у сфері політики.
5. Етапи у розвитку теорії і практики управління.
6. Сучасні концепції управління.

Тема 2. Суб'єкти та об'єкти політичного менеджменту (ЗК 01, СК 05, РН 14)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 6

1. Суб'єкти політичного менеджменту: політичні партії, лідери, уряд, громадські організації.
2. Об'єкти політичного менеджменту: політичні процеси, інститути, громадська думка.
3. Типологія суб'єктів політичного менеджменту за рівнем впливу та функціями.
4. Аналіз кейсів успішного управління політичними процесами різними суб'єктами в Україні та за кордоном.
5. Роль ЗМІ як суб'єкта політичного менеджменту: механізми впливу на об'єкти.
6. Системи моніторингу громадської думки як інструмент роботи суб'єктів політичного менеджменту.

Тема 3. Політичне консультування у структурі політичного менеджменту (ЗК 01, СК 03, СК 05, РН 10)

1. Поняття політичного консультування: сутність та цілі.
2. Типи політичного консультування: стратегічне, кризове, виборче, комунікаційне.
3. Роль політичних консультантів у сучасному політичному процесі.
4. Етичні аспекти та професійні стандарти в політичному консультуванні.
5. Історичні витоки політичного консультування.

Тема 4. Політичний лідер та політична команда в системі політичного менеджменту. Стратегічне планування виборчої кампанії (ЗК 05, ЗК 08, СК 07, СК 10, РН 10, РН 15, РН 17)

1. Роль політичного лідера у формуванні політичних стратегій.
2. Формування та управління політичною командою.
3. Основні етапи стратегічного планування виборчої кампанії.
4. Розподіл обов'язків у політичній команді під час виборчої кампанії.
5. Етика та моральні аспекти діяльності політичного лідера та його команди.
6. Вплив міжнародного досвіду на формування стратегій виборчих кампаній в Україні.

Тема 5. Менеджмент правлячої команди. Партійний менеджмент (ЗК 05, ЗК 08, СК 07, СК 10, РН 10, РН 15, РН 17)

1. Поняття «правляча команда». Формування і організація роботи правлячої команди.
2. Підбір команди. Принципи пошуку і відбору складу команди.
3. Функціональний склад правлячої команди: "голова", "секретар", "генератор ідей", "аналітик", "інформатор", "психолог".
4. Інформаційне забезпечення роботи правлячої команди.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 7

5. Роль партійного менеджменту у підтримці політичної стабільності.
6. Фінансове, кадрове та організаційне забезпечення партійної діяльності.
7. Взаємодія партійного менеджменту з державними інституціями.

Тема 6. Сучасні технології в політичному менеджменті (ЗК 05, ЗК 08, СК 07, СК 10, РН 10, РН 15, РН 17)

1. Інформаційно-комунікаційні технології у політичному менеджменті.
2. Big Data та аналітичні платформи в політичних кампаніях.
3. Використання соціальних медіа у політичному менеджменті.
4. Інноваційні підходи до політичного прогнозування та управління.
5. Роль засобів масової інформації як "четвертої" влади.
6. Сутність, роль та значення політичної мови як засобу маніпулятивного впливу.

Змістовий модуль 2. Політичний маркетинг

Тема 7. Теоретичні підходи до визначення сутності та функцій політичного маркетингу (ЗК 01, СК 07, РН 14)

1. Поняття та зміст політичного та класичного маркетингу. Концепція маркетингу Ф. Котлера.
2. Типологія маркетингу.
3. Класифікація видів некомерційного маркетингу.
4. Маркетинг політичного лідера і політичної організації.
5. Політичний маркетинг як сучасний вид політичних технологій.
6. Складові політичного маркетингу: 1) дослідження політичного ринку; 2) вивчення громадської думки; 3) виборчі технології; 4) політичне рекламування.
7. Політичний маркетинг як наука і мистецтво здійснення обміну з метою управління ринком владних ресурсів в Україні.

Тема 8. Політичний ринок (ЗК 01, ЗК 05, СК 10, РН 15, РН 17)

1. Поняття та структура політичного ринку.
2. Учасники політичного ринку: політичні партії, кандидати, виборці.
3. Особливості сегментації політичного ринку.
4. Механізми конкуренції на політичному ринку.
5. Політика як ринок: концепція «силової моделі» (Г. Лассуелл), концепція «ринкової моделі» (Дж. Кетлін), концепція «ігрової моделі» (Ф.Знанецький).
6. Агенти політичного ринку. Концепція "політичного поля" Бурдье.

Тема 9. Громадська думка в політичному процесі (ЗК 05, ЗК 08, СК 07, СК 10, СК 11, РН 10, РН 18)

1. Роль громадської думки у політичному процесі.
2. Методи вивчення громадської думки: опитування, фокус-групи, контент-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 8

аналіз.

3. Вплив громадської думки на політичні рішення.
4. Формування громадської думки через медіа та соціальні мережі.
5. Політичне маркетингування громадської думки через прямі, опосередковані та спеціалізовані канали політичної комунікації.
6. Громадська думка як індикатор сприйняття громадськістю діяльності владних та політичних діячів.
7. Громадська думка в процесі організації виборів. Громадська думка і передвиборна програма кандидата.
8. Поняття пропаганди, PR та проблеми їх взаємодії з громадською думкою. Вплив пропаганди на процеси формування і функціонування громадської думки.

Тема 10. Політична реклама (ЗК 01, ЗК 05, СК 05, СК 11, РН 14, РН 18)

1. Поняття політичної реклами: особливості та функції.
2. Види політичної реклами.
3. Технології створення ефективної політичної реклами.
4. Етичні аспекти використання політичної реклами.
5. Основні компоненти рекламного повідомлення.
6. Форми політичної реклами.
7. Види політичних рекламних звернень.

Тема 11. Політичний іміджмейкінг та політичний брендинг (ЗК 01, ЗК 05, СК 05, СК 11, РН 14, РН 18)

1. Поняття політичного іміджу та бренду.
2. Етапи формування іміджу політичного лідера чи партії.
3. Стратегії політичного брендингу.
4. Вплив медіа на політичний імідж.
5. Типи іміджу політичного лідера.
6. Характеристики іміджу політика.
7. Функції іміджу.

Тема 12. Комплекс комунікацій політичного маркетингу (ЗК 01, ЗК 05, СК 05, СК 11, РН 14, РН 17, РН 18)

1. Елементи комплексу комунікацій політичного маркетингу.
2. Роль медіа в політичній комунікації.
3. Особливості прямої та опосередкованої комунікації з виборцями.
4. Інтеграція традиційних та цифрових каналів у політичному маркетингу.
5. Задачі паблік рилейшнз у державному управлінні та виборчій кампанії.
6. PR-структури в державних органах влади.
7. Сучасні особливості пропагандистських практик на політичному ринку.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 9

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	Кількість годин							
	денна форма				Заочна форма			
	усього	лекції	практичні	самостійна робота	усього	лекції	практичні	самостійна робота
Модуль 1								
Змістовий модуль 1. Політична еліта у теоретичному і практичному вимірах								
Тема 1. Поняття, сутність та теорії політичного менеджменту	10	4	2	4	-	-	-	-
Тема 2. Суб'єкти та об'єкти політичного менеджменту	9	2	2	5	-	-	-	-
Тема 3. Політичне консультування у структурі політичного менеджменту	9	2	2	5	-	-	-	-
Тема 4. Політичний лідер та політична команда в системі політичного менеджменту. Стратегічне планування виборчої кампанії.	12	4	4	4	-	-	-	-
Тема 5. Менеджмент правлячої команди. Партиїний менеджмент	9	2	2	5	-	-	-	-
Тема 6. Сучасні технології в політичному менеджменті	10	2	3	5	-	-	-	-
Модульний контроль	1	-	1	-	-	-	-	-
Разом за змістовий модуль 1	60	16	16	28	-	-	-	-
Змістовий модуль 2. Теоретичні засади та практичні аспекти політичного лідерства								
Тема 7. Теоретичні підходи до визначення сутності та функцій політичного маркетингу	11	4	2	5	-	-	-	-
Тема 8. Політичний ринок	10	2	4	4	-	-	-	-
Тема 9. Громадська думка в політичному процесі	9	2	2	5	-	-	-	-
Тема 10. Політична реклама	10	4	2	4	-	-	-	-
Тема 11. Політичний іміджмейкінг та політичний брендинг	9	2	2	5	-	-	-	-
Тема 12. Комплекс комунікацій політичного маркетингу	10	2	3	5	-	-	-	-
Модульний контроль	1	-	1	-	-	-	-	-
Разом за змістовий модуль 2	60	16	16	28	-	-	-	-
ВСЬОГО	120	32	32	56	-	-	-	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 10

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовий модуль 1. Політична еліта у теоретичному і практичному вимірах			
1	Тема 1. Поняття, сутність та теорії політичного менеджменту.	2	-
2	Тема 2. Суб'єкти та об'єкти політичного менеджменту	2	-
3	Тема 3. Політичне консультування у структурі політичного менеджменту	2	-
4	Тема 4. Політичний лідер та політична команда в системі політичного менеджменту. Стратегічне планування виборчої кампанії.	4	-
5	Тема 5. Менеджмент правлячої команди. Парти́йний менеджмент	2	-
6	Тема 6. Сучасні технології в політичному менеджменті	3	-
7	Модульний контроль	1	-
Змістовий модуль 2. Теоретичні засади та практичні аспекти політичного лідерства			
1	Тема 7. Теоретичні підходи до визначення сутності та функцій політичного маркетингу	2	-
2	Тема 8. Політичний ринок	4	-
3	Тема 9. Громадська думка в політичному процесі	2	-
4	Тема 10. Політична реклама	2	-
5	Тема 11. Політичний іміджмейкінг та політичний брендинг	2	-
6	Тема 12. Комплекс комунікацій політичного маркетингу	3	-
7	Модульний контроль	1	-
РАЗОМ		32	-

6. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Модуль 1			
Змістовий модуль 1. Політична еліта у теоретичному і практичному вимірах			
1	Тема 1. Поняття, сутність та теорії політичного менеджменту. Етапи у розвитку теорії і практики управління. Сучасні концепції управління.	4	-
2	Тема 2. Суб'єкти та об'єкти політичного менеджменту Аналіз кейсів успішного управління політичними процесами різними суб'єктами в Україні та за кордоном. Роль ЗМІ як суб'єкта	5	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 11

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
	політичного менеджменту: механізми впливу на об'єкти. Системи моніторингу громадської думки як інструмент роботи суб'єктів політичного менеджменту.		
3	Тема 3. Політичне консультування у структурі політичного менеджменту Етичні аспекти та професійні стандарти в політичному консультуванні. Історичні витоки політичного консультування.	5	-
4	Тема 4. Політичний лідер та політична команда в системі політичного менеджменту. Стратегічне планування виборчої кампанії. Етика та моральні аспекти діяльності політичного лідера та його команди. Вплив міжнародного досвіду на формування стратегій виборчих кампаній в Україні.	4	-
5	Тема 5. Менеджмент правлячої команди. Партиїний менеджмент Роль партійного менеджменту у підтримці політичної стабільності. Фінансове, кадрове та організаційне забезпечення партійної діяльності. Взаємодія партійного менеджменту з державними інституціями.	5	-
6	Тема 6. Сучасні технології в політичному менеджменті Роль засобів масової інформації як "четвертої" влади. Сутність, роль та значення політичної мови як засобу маніпулятивного впливу.	5	-
Змістовий модуль 2. Теоретичні засади та практичні аспекти політичного лідерства			
7	Тема 7. Теоретичні підходи до визначення сутності та функцій політичного маркетингу Складові політичного маркетингу: 1) дослідження політичного ринку; 2) вивчення громадської думки; 3) виборчі технології; 4) політичне рекламування. Політичний маркетинг як наука і мистецтво здійснення обміну з метою управління ринком владних ресурсів в Україні.	5	-
8	Тема 8. Політичний ринок Політика як ринок: концепція «силової моделі» (Г. Лассуелл), концепція «ринкової моделі» (Дж. Кетлін), концепція «ігрової моделі» (Ф.Знаєцький). Агенти політичного ринку. Концепція "політичного поля" Бурдьє.	4	-
9	Тема 9. Громадська думка в політичному процесі Громадська думка як індикатор сприйняття громадськістю діяльності владних та політичних діячів. Громадська думка в процесі організації виборів. Громадська думка і передвиборна програма кандидата. Поняття пропаганди, PR та проблеми їх взаємодії з громадською думкою. Вплив пропаганди на процеси формування і функціонування громадської думки.	5	-
10	Тема 10. Політична реклама Етичні аспекти використання політичної реклами. Основні компоненти рекламного повідомлення. Форми політичної реклами.	4	-

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 12

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
	Види політичних рекламних звернень.		
11	Тема 11. Політичний іміджмейкінг та політичний брендинг Типи іміджу політичного лідера. Характеристики іміджу політика. Функції іміджу.	5	-
12	Тема 12. Комплекс комунікацій політичного маркетингу Задачі публік рилейшнз у державному управлінні та виборчій кампанії. ПР-структури в державних органах влади. Сучасні особливості пропагандистських практик на політичному ринку.	5	-
РАЗОМ		56	-

7. Індивідуальні самостійні завдання

Під час вивчення дисципліни здобувачі мають виконати наступні завдання:

1. Дослідити основні теорії політичного менеджменту, починаючи з класичних до сучасних, із акцентом на їхній практичній адаптації в умовах глобалізації та цифровізації. У межах цього завдання необхідно: провести порівняльний аналіз підходів різних шкіл, оцінити вплив новітніх технологій на управління політичними процесами та запропонувати рекомендації для покращення політичного менеджменту у конкретних умовах (наприклад, в Україні). Робота оформлюється як наукове дослідження обсягом 15–20 сторінок із чіткими висновками та посиланнями на джерела.

2. Розробка стратегічного плану виборчої кампанії. У цьому завданні студенти розробляють детальний сценарій проведення виборчої кампанії для умовного кандидата. План має включати аналіз цільової аудиторії, визначення ключових меседжів, планування подій та комунікацій, формування стратегії реагування на кризові ситуації. Особливу увагу слід приділити інтеграції сучасних технологій, таких як соціальні мережі та медійна реклама. Завдання передбачає підготовку текстового звіту (12–15 сторінок) із можливістю представлення основних ідей у вигляді презентації.

3. Аналіз політичного ринку у виборчий період. Це завдання передбачає комплексний аналіз політичного ринку на прикладі виборів в Україні чи іншій країні. Необхідно дослідити сегментацію виборців, оцінити стратегії ключових політичних акторів, визначити вплив громадської думки та медіа на результати виборів. Дослідження оформлюється як аналітичний звіт (12–15 сторінок), що має містити текстові пояснення, графіки, таблиці та діаграми. Студентам рекомендується використовувати методи соціологічного аналізу та контент-аналізу медійних джерел.

4. Розробка стратегії політичного брендингу та іміджмейкінгу. Студенти створюють повноцінну стратегію формування політичного бренду для уявного

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 13

кандидата або партії. Завдання включає розробку концепції бренду (включаючи місію, цінності та ключові меседжі), створення візуальних елементів (логотипу, кольорової гами) та планування комунікації через традиційні та цифрові канали. У завданні важливо передбачити стратегії управління репутацією та роботу з кризами. Робота оформлюється як письмовий звіт (10–12 сторінок) і супроводжується презентаційними матеріалами (10–15 слайдів).

Під час вивчення дисципліни передбачено виконання **Курсової роботи**.

Загальні положення, вимоги до оформлення, захисту та оцінювання курсової роботи зазначено в «Методичних рекомендаціях до виконання та оформлення курсової роботи з навчальної дисципліни «Політичний менеджмент і маркетинг»» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 052 «Політологія» освітньо-професійної програми «Політичний менеджмент і PR» Державного університету «Житомирська політехніка».

8. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання.

Результат навчання	Методи навчання
РН 10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей, виконання курсової роботи)
РН 14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей, виконання курсової роботи)
РН 15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 14

Результат навчання	Методи навчання
методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.	– Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей)
РН 17. Уміти аналізувати політичні процеси за допомогою комплексу аналітичних методик, а також прогнозування суспільно-політичних явищ.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей, виконання курсової роботи)
РН 18. Уміти налагоджувати зв'язки із громадськістю, планувати та здійснювати PRкампанії, займатися медійною діяльністю політичного характеру.	– Вербальні методи (лекція, пояснення) – Наочні методи (спостереження, демонстрація, ілюстрація) – Практичні методи (виконання різних видів вправ, практичних завдань, кейсів) – Дискусійний метод – Метод активного навчання (проведення ділових ігор, мозковий штурм, командна робота) – Ситуаційний метод – Методи самостійної роботи (написання есе, підготовка доповідей, написання наукових статей, виконання курсової роботи)

9. Методи контролю

Перевірка досягнення результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
РН 10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Перевірка виконання та захист курсових робіт – Перевірка виконання модульного контролю – Екзамен
РН 14. Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій,	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 15

Результат навчання	Методи контролю
спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.	завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Перевірка виконання та захист курсових робіт – Перевірка виконання модульного контролю – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен
РН 15. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Перевірка виконання та захист курсових робіт – Перевірка виконання модульного контролю – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен
РН 17. Уміти аналізувати політичні процеси за допомогою комплексу аналітичних методик, а також прогнозування суспільно-політичних явищ.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Перевірка виконання та захист курсових робіт – Перевірка виконання модульного контролю – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен
РН 18. Уміти налагоджувати зв'язки із громадськістю, планувати та здійснювати PR-кампанії, займатися медійною діяльністю політичного характеру.	– Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на проблемні запитання – Перевірка виконання домашніх завдань, практичних завдань, вправ, кейсів – Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань – Самооцінювання та взаємооцінювання – Екзамен

10. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Державному університеті «Житомирська політехніка» та розподілу балів, що наведений нижче.

Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни включає:

- поточний, модульний та підсумковий контроль.

Поточний контроль проводиться для оцінювання рівня засвоєння знань,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 16

формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти впродовж вивчення ними матеріалу модуля (змстових модулів) навчальної дисципліни. Поточний контроль здійснюється під час проведення навчальних занять.

Модульний контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти за модуль (змстові модулі) навчальної дисципліни. Модульний контроль проводиться під час навчального заняття після завершення вивчення матеріалу модуля (змстових модулів) навчальної дисципліни. Модульний контроль здійснюється у формі тестування.

Підсумковий контроль проводиться для підсумкового оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни. Підсумковий контроль здійснюється після завершення вивчення навчальної дисципліни. Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену. Процедура складання екзамену визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
Для здобувача денної форми навчання	
Виконання завдань поточного контролю	60
Виконання завдань модульного або підсумкового контролю	40
Підсумкова семестрова оцінка	100

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Виконання завдань під час навчальних занять ¹	40
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань ²	20
Виконання науково-дослідної роботи та інших видів робіт (додаткові – заохочувальні бали): 1. Участь у студентських предметних олімпіадах, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт, грантах, науково-дослідних проектах 2. Підготовка наукових статей, тез доповідей наукових конференцій	до 20
Разом за виконання завдань поточного контролю	60

Розподіл балів за виконання завдань під час навчальних занять

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
	денна форма
Відповіді (виступи) на заняттях	10
Участь у дискусії	15
Виконання тестових завдань	5
Виконання та захист практичних завдань, вправ, кейсів	10
Разом за виконання завдань під час навчальних занять	40

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 17

З метою застосування цілих чисел для оцінювання результатів роботи здобувачів під час навчальних занять може використовуватися 100-бальна шкала оцінювання щодо кожного окремо виду робіт. Розрахунок загальної кількості балів, які здобувач може набрати за результатами роботи під час навчальних занять протягом семестру, проводиться за формулою:

$$P_{\text{нз}} = \sum (P_i \times BK_i) \times K_{\text{нз}}, \quad (1)$$

де $P_{\text{нз}}$ – загальна кількість балів, набраних здобувачем за виконання завдань під час навчальних занять за семестр;

P_i – кількість набраних здобувачем балів за семестр за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять (за 100-бальною шкалою);

BK_i – ваговий коефіцієнт за виконання i -го виду робіт під час навчальних занять. Значення вагових коефіцієнтів розраховуються шляхом ділення кількості балів, яка передбачена за виконання окремого виду робіт під час навчальних занять, на сумарну кількість балів за виконання усіх видів робіт під час навчальних занять за семестр;

$K_{\text{нз}}$ – коригувальний коефіцієнт, який визначається шляхом ділення кількості балів, що передбачена за виконання завдань під час навчальних занять за семестр, на 100 балів.

Розподіл балів за виконання завдань модульного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти денної форми навчання	Кількість балів за семестр
Виконання завдань модульного контролю 1	20
Виконання завдань модульного контролю 2	20
Разом за виконання завдань модульного контролю	40

Якщо здобувач вищої освіти денної форми навчання виконав завдання модульного контролю і з урахуванням отриманих балів за поточний контроль набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити дану оцінку в електронному кабінеті і вона стане семестровою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни.

Якщо здобувач вищої освіти денної форми навчання під час вивчення навчальної дисципліни набрав 60 балів або більше і бажає покращити свій результат успішності, він проходить процедуру підсумкового контролю у формі екзамену. Набрані бали за виконання завдань підсумкового контролю, а також бали за поточний контроль сумуються і формується семестрова оцінка з навчальної дисципліни. Бали, які здобувач вищої освіти набрав за виконання завдань модульного контролю, при цьому не враховуються під час розрахунку семестрової оцінки з навчальної дисципліни.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 18

Здобувач вищої освіти допускається до процедури підсумкового контролю у формі екзамену, якщо за виконання завдань поточного контролю набрав 20 балів або більше.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав 15–19 балів, він отримує право за власною заявою опанувати окремі теми (змістові модулі) навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми. Вивчення окремих складових навчальної дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, здійснюється у вільний від занять здобувача вищої освіти час.

Якщо здобувач вищої освіти за результатами поточного контролю набрав від 0 до 14 балів (включно), він вважається таким, що не виконав вимоги робочої програми навчальної дисципліни та має академічну заборгованість. Здобувач вищої освіти отримує право за власною заявою опанувати навчальну дисципліну у наступному семестрі понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми¹.

Процедура надання додаткових освітніх послуг здобувачу вищої освіти з метою вивчення навчального матеріалу дисципліни понад обсяги, встановлені навчальним планом освітньої програми, визначена у Положенні про надання додаткових освітніх послуг здобувачам вищої освіти в Державному університеті «Житомирська політехніка»

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача вищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо). Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем вищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена у Положенні про організацію освітнього процесу у Державному університеті «Житомирська політехніка».

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 19

Шкала оцінювання

Шкала ЄКТС	Національна шкала	100-бальна шкала
A	Відмінно	90-100
B	Добре	82-89
C		74-81
D	Задовільно	64-73
E		60-63
FX	Незадовільно	35-59
F		0-34

11. Глосарій

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
1.	Виборча кампанія	Election campaign
2.	Виборчий округ	Electoral district
3.	Виборчий штаб	Electoral headquarters
4.	Громадська думка	Public opinion
5.	Дебати	Debate
6.	Електоральна підтримка	Electoral support
7.	Електоральний процес	Electoral process
8.	Ключові виборці	Key voters
9.	Лідерство в політиці	Leadership in politics
10.	Медіа-стратегія	Media strategy
11.	Менеджмент правлячої команди	Management of the ruling team
12.	Партійний менеджмент	Party management
13.	Політична етика	Political ethics
14.	Політична ідеологія	Political ideology
15.	Політична кампанія	Political campaign
16.	Політична команда	Political team
17.	Політична комунікація	Political communication
18.	Політична маніпуляція	Political manipulation
19.	Політична мобілізація	Political mobilization
20.	Політична поведінка	Political behavior
21.	Політична реклама	Political advertising
22.	Політична репутація	Political reputation
23.	Політична стратегія	Political strategy

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 20

№ з/п	Термін державною мовою	Відповідник англійською мовою
24.	Політична тактика	Political tactics
25.	Політичне консультування	Political consulting
26.	Політичний PR	Political PR
27.	Політичний аналіз	Political analysis
28.	Політичний бренд	Political brand
29.	Політичний дискурс	Political discourse
30.	Політичний імідж	Political image
31.	Політичний іміджмейкінг	Political imagemaking
32.	Політичний конкурент	Political competitor
33.	Політичний контекст	Political context
34.	Політичний маркетинг	Political marketing
35.	Політичний менеджмент	Political management
36.	Політичний меседж	Political message
37.	Політичний наратив	Political narrative
38.	Політичний прогноз	Political forecast
39.	Політичний результат	Political outcome
40.	Політичний ринок	Political market
41.	Політичні актори	Political actors
42.	Політичні інновації	Political innovations
43.	Політичні інститути	Political institutions
44.	Політичні ризики	Political risks
45.	Політичні технології	Political technologies
46.	Політичні цінності	Political values
47.	Стратегічне планування	Strategic planning
48.	Управління кризами	Crisis management
49.	Фокус-група	Focus group
50.	Цільова аудиторія	Target audience

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 21

12. Рекомендована література

Основна література

1. Бакланова Н., Михайліченко А. Політична пропаганда як один із найефективніших засобів формування громадської думки. *Politicus*. 2023. № 1. С. 7–11. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-1.1>.
2. Богаченко М. М. Сучасні наукові концепції політичного менеджменту. *Актуальні проблеми політики*. 2021. № 67. С. 47–52. URL: <https://doi.org/10.32837/app.v0i67.1149>
3. Іванова-Биканова В.Є. Політичний перформанс як чинник антикризового політичного менеджменту. *Politicus*. 2021. No. 5. Р. 34–39. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-5.6>.
4. Ірха К. Політичний складник феномену «лідер громадської думки»: теоретичний аспект. *Politicus*. 2021. No. 2. Р. 7–12. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-2.1>.
5. Кузьминчук Н. В., Михайленко Д. Г., Тюпа А. І. Теоретичні аспекти соціально-політичного маркетингу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 10. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-10-07-02>
6. Філатов Б. Патріотичний політичний менеджмент: підходи до теоретичного обґрунтування. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2022. No. 1. Р. 92–96. URL: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2022-1\(61\)-14](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2022-1(61)-14).
7. Yermieieva I. A. Practical aspects of formation international image of the state. *Scientific Journal "Regional Studies"*. 2021. № 24. С. 123–127. URL: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.17>

Допоміжна література

1. Бабіна В. ВИКОРИСТАННЯ ВПЛИВУ КОМУНІКАЦІЙ У ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ. *Scientific Journal "Regional Studies"*. 2021. No. 27. Р. 14–18. URL: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.27.2>.
2. Назарчук О. М. Взаємодія політичних еліт і громадянського суспільства в системі викликів і перспектив для України. *Актуальні проблеми політики*. 2024. № 74. С. 88–95. URL: <https://doi.org/10.32782/app.v74.2024.12>
3. Окландер М., Гайдаєнко М. ОМНІКАНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ. *Marketing and Digital Technologies*. 2021. Vol. 5, no. 1. Р. 74–100. URL: <https://doi.org/10.15276/mdt.5.1.2021.5>.
4. Пахарєв А. Політичне лідерство в умовах трансформації пострадянських владних режимів. *Політичний менеджмент*. 2021. № 5. С. 68–75. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/paharev_politychne.pdf.
5. Приймич А. Чорний піар у виборчих процесах сучасності. *Grani*. 2024. Т. 27, № 2. С. 109–115. URL: <https://doi.org/10.15421/172438>

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-21.11- 05.01/052.00.1/Б/ОК24- -2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 22 / 22

6. Проноза І. Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Politicus*. 2021. №. 3. Р. 75–80. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-3.12>.

7. Ромат Є. В., Парубець О. М. АЛЬТЕРНАТИВНІ СТРАТЕГІЇ МАНІПУЛЯЦІЙ У ПОЛІТИЧНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 39. С. 154–162. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-39-19>

13. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Електронна бібліотека Державного університету «Житомирська політехніка» <http://eztuir.ztu.edu.ua/>

2. Журнал Актуальні проблеми політики <http://app.nuoua.od.ua/PolityProject.index>. URL: <http://www.systemicpeace.org/polityproject.html>

3. European Political Science Review | Cambridge Core. *Cambridge Core*. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/european-political-science-review>

4. International IDEA. *International IDEA*. URL: <https://www.idea.int/>