



СИЛАБУС

Навчальної дисципліни

СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Освітній ступінь

Галузь знань

Спеціальність

Освітньо-професійна програма

Кількість кредитів

Рік підготовки, семестр

Компонент освітньо-професійної програми

Дні занять

Мова викладання

Консультації

Викладач

Контакти



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»
ІМЕНІ Т.Г. ШЕВЧЕНКА**

Навчально-науковий

**ІНСТИТУТ ІСТОРІЇ ТА
СОЦІОГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН
ІМЕНІ О.М. ЛАЗАРЕВСЬКОГО**

**КАФЕДРА
ВСЕСВІТНЬОЇ ІСТОРІЇ ТА
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

магістр

03 Гуманітарні науки

032 Історія та археологія

Історія та археологія

3

VI рік, III семестр

Додаткові навчальні дисципліни, які вивчаються
понад обсяги, визначені навчальним планом

згідно з розкладом

українська

щовівторка 12.00–13.00 (з можливістю
дистанційної роботи на платформах ZOOM та
Google-class).

кандидат історичних наук, доцент

Соломенна Тетяна Валеріївна

E-mail: Solomennat@gmail.com

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Сучасні політичні технології» охоплює питання пов'язані з виборчим процесом, особливостями використання застосування політичного маркетингу, формуванням та кристалізацією громадської думки та її значення для виборчих технологій.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є особливості виборчого процесу в Україні та світі; основні методи політичного маркетингу під час виборчих кампаній; роль громадської думки та способів її формування та впливу на неї під час виборів; правила та прийоми в боротьбі з маніпуляціями та фальсифікацією виборів.

Програма навчальної дисципліни складається з трьох змістових **модулів**:

1. PR в політичній сфері.
2. Виборчий процес. Виборчі технології в Україні та світі.
3. Формування та дослідження громадської думки в політичних технологіях.

Метою викладання навчальної дисципліни «Сучасні політичні технології» є формування у студентів магістратури наукового розуміння сутності та особливостей сучасних політичних технологій і механізмів їхнього впливу на виборчі процедури, особливостей формування громадської думки та специфіки їх використання в сучасному інформаційному просторі.

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ І РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Шифр згідно ОПП	Компетентності
ЗК 1	Здатність цінувати українську культуру і мультикультурність у суспільстві, діяти відповідально і свідомо на засадах поваги до прав і свобод людини, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку
ЗК 2	Здатність до оригінального та критичного мислення, аналізу і синтезу
ЗК 4	Здатність до неперервного навчання, опанування нових знань та способів мислення з високим ступенем автономії
ЗК 6	Здатність ефективно використовувати усно/письмово державну мову в усіх сферах суспільного життя, іноземну мову для професійного спілкування та розуміння іншомовних професійних текстів
ФК 4	Знання та володіння на фаховому рівні методами навчання історії, виховання та розвитку учнів
ФК 6	Здатність забезпечувати учням здобуття освіти державною мовою, формувати їх мовно-комунікативні уміння
ФК 8	Здатність до використання сучасних інформаційних технологій в освітньому процесі та в наукових дослідженнях
ПРН 1	Знання провідних засад теорії навчання та методики навчання історії
ПРН 5	Здатність забезпечувати набуття учнями закладів загальної середньої освіти системних знань про факти, події, явища в Україні та світі ХХ–ХХІ ст. з позицій цінності життя людини і досвіду українського державотворення в

	контексті світового історичного процесу, здатність поглиблювати інтерес учнів до історії як сфери знань і навчального предмета
ПРН 7	Здатність формувати у здобувачів освіти навички самостійної роботи
ПРН 8	Здатність розвивати критичне та творче мислення учнів і формувати їх ціннісне ставлення до подій минулого та сучасного життя
ПРН 9	Здатність сприяти розвитку особистості учня, яка має патріотичний світогляд, займає активну громадянську позицію, розуміє виклики глобалізованого світу через засвоєння історичних явищ і процесів, що стосуються історії України ХХ–ХХІ ст. та її місця у світі

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

№	Назва теми	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Модуль I				
1	Виникнення PR як соціального інституту. Застосування в політичній сфері	2	-	8
2	Цілі, функції та принципи PR. PR як професійна діяльність		-	8
3	Історія виникнення зв'язків з громадськістю	-	-	12
Модуль II				
4	Особливості виборчих кампаній: іноземний та вітчизняний досвід	2		6
5	Виборчий процес в Україні. Структура виборчої кампанії. Виборчий штаб	2		8
6	Стратегія та тактика виборчої кампанії. Ресурси ВК		2	8
7	Адміністративний ресурс. Брудні технології		2	8
Модуль III				
8	Типологія та класифікація громадськості	-	-	8
9	Громадська думка: ознаки та механізми формування. Дослідження громадської думки	2	-	12
Разом за курс - 90 год		8	4	78

Тематика практичних занять

Тема 1. Графічний (фірмовий) стиль виборчої кампанії та основні агітаційні матеріали.

план

1. Агітаційно-рекламний напрям виборчої кампанії: види агітаційної продукції виборчого штабу партії чи кандидата–мажоритарника: гасло; емблема, програма; буклети; листівки; плакат; сувенірна продукція; основні вимоги та характеристики.
2. Правила розповсюдження агітаційних матеріалів.
3. Зустріч кандидата з виборцями: їхні різновиди та правила організації.

Тема 2. Брудні технології та адміністративний ресурс план

1. Визначення та характеристики «чорного PR» та «сірих» технологій. Типові види та технології бруду:
 - дезінформація: види та способи розповсюдження; висування двійників; телефонний впровадження; небажана підтримка; підкуп; лохотрон; списки виборців; голосування на дому; дострокове голосування...
2. Прийоми фальсифікації результатів виборів.
3. Методи та способи боротьби з брудними технологіями.
4. Адміністративний ресурс під час виборчих кампаній.

Рекомендовані джерела інформації

Джерела:

1. Афинский кодекс // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 512 – 514.
2. Европейский кодекс профессионального поведения в области ПР (Лиссабонский кодекс) // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 517-521.
3. Кодекс профессионального поведения и этики (ИПРА) // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. – М.; К., 2000. С. 511-512.
4. Кодекс профессионального поведения Института ПР (Англия) // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 514-517.
5. Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 521-524.
6. Кодекс профессиональной этики Союза профессиональных журналистов (США) // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 524.

Основна література:

1. PR в органах державної влади і місцевого самоврядування/ За заг. ред. В.М.Бєбика С.В.Куніцина. К.; Сімферополь: МАУП, 2003. 240 с.
2. Абельмас Н.В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз. М.: Феникс, 2008. 453 с.
3. Афинский кодекс // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 512-514.
4. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ : Професіонал, 2008. 528 с.
5. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. М.: Прометей, 2004. 328 с.
6. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д.Ядіна. К.: Знання; КОО, 2001. 456 с.
7. Джулер А.Д., Дрюниани Б.Л. Креативные стратегии в рекламе: Пер. с англ. Под ред. Ю.Н.Каптуревского. СПб.: Питер, 2003. 384 с.
8. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблік рилейшенз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ. М, 2000. 624 с.
9. Кодекс профессионального поведения и этики (ИПРА) // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 511-512.
10. Кодекс профессионального поведения Института ПР (Англия) // Королько В. Основы Паблик Рилейшнз. М.; К., 2000. С. 514-517.

11. Королько В.Г. Основы публичных релейшенз. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000. 528 с.
12. Підготовка і проведення виборчих компаній: Дайджест навч. посібн. Республіканської партії США (за матеріалами експертів Міжнародного Республіканського інституту США) / В.О. Наумов (Авт.-уклад.). К.: Інтертехнодрук, 2002. 340 с.
13. Почепцов Г.Г. PR: Навчальний посібник для студентів вузів. К., 2000. 508 с.
14. Почепцов Г.Г. Коммукативные технологии двадцатого века. М., К., 2000 349 с.
15. Почепцов Г.Г. Паблік релейшенз для професіоналов. М., К., 1999. 622 с.
16. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание. СПб.: «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК» «Издательский дом НЕВА», М.: «ОЛМА-ПРЕСС», 2002. Гл.8 / <http://evartist.narod.ru/text5/01.htm>
17. Харрисон Ш. Связи с общественностью: Вводный курс / Пер. с англ. под ред. Г.Е. Алпатов. СПб.: Издательский Дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003. 368 с.

Допоміжна література:

1. Bernsfein Alan B. The Emergency Public Relations Manual. N.J.: Pase, Inc., 1982.
2. Boorstin D.J. the Image. A guide to PseudoEvents in America: 25-th ed. N.Y.: Vintage Books, 1992.
3. Kendall R. Public Relations Campaign Strategies: Planning for implementation. 2 ed. N.Y.: Logman,
4. Lippman Walter. Public Opinion. N.Y., 1965.
5. Marconi Joe. Image Marketing: Using Public Relations to Attain Business. Chicago, 1997.
6. Барышева А. Д. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): Учебное пособие М., 2013. 256 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=375870>
7. Бернейс Э. Пропаганда /Пер. с англ. И. Ющенко. М. : Hippo Publishing, 2010. 176 с. / http://mirknig.com/knigi/guman_nauki/1181279272-propaganda-propaganda.html
8. Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова / Пер. с нем. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 224 с.
9. Деловое общение : Учебное пособие / Авт.-сост. И. Н. Кузнецов. 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. 528 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411372>
10. Иванова И. С. Этика делового общения: Учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп. М, 2014. 168 с. 60x88. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=417747>
11. Кошечая И. П. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / М, 2013. 304 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390632>
12. Кузнецов И. Н. Деловой этикет: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2011. 348 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=208091>
13. Липпман У. Общественное мнение/ Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. Ч.1. 384 с. <http://www.socioline.ru/node/1006>
14. Мойсеев В.А. Паблік релейшенз. Навчальний посібник. К.: Академвидав, 2007. 224 с. / <http://www.info-library.com.ua/books-book-108.html>
15. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: Учебное пособие М.: ИНФРА-М, 2011. 151 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=216231>
16. Развитие лидерского потенциала руководителя. М, 2014. 198 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=458345>
17. Самые успешные PR-кампании в мировой практике /Пер. с англ. М.: «ИМИДЖ-Контакт» ИНФРА-М, 2002 //www.evartist.narod.ru/text3/19.htm
18. Связи с общественностью как социальная инженерия / Под ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной. СПб.: Речь, 2005. 336 с. www.pr-engineering.narod.ru/index.html
19. Трофимова О. В. Купчик, Е. В. Основы делового общения и гостеприимства: учеб. пособие. 2-е изд., стер. М.: Флинта, 2013. 264 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466410>

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

<http://www.iccopr.com/> сайт International Communications Consultancy Organisation (ICCO)

<http://123pr.kiev.ua/> – матеріали сайту «Public relations в Україні»

<http://pr-center.org.ua/bibl.php> – бібліотека проекту «Ефективні комунікації»

<http://www.uapr.com.ua/cgi-bin/p.cgi?a=main&lng=ua&x=14,233#> – матеріали сайту

Української Асоціації зі зв'язків з громадськістю

<http://pr-liga.org.ua/about/> – матеріали сайту «Українська ліга зі зв'язків із громадськістю»

http://pr-club.com/PR_Lib/ – бібліотека сайту агентства «Международный пресс-клуб»

<http://www.evartist.narod.ru/journ.htm> - ресурси бібліотеки сайту EVARTIST

<http://propr.com.ua/ru/> – матеріали сайту «Все о PR»

<http://kolibri.biz.ua/> – матеріали сайту PR-агенції “Колібрі”

tector.media/ – сайт детектор медіа

<https://dehttp://freedocumentaries.org/film.php?id=140> – документальний фільм «Century of Self» про одного з теоретиків публік релейшнз Едварда Бернейза.

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Студент має право:

- ✓ вільно висловлювати свої думки усно або письмово, аргументуючи їх знаннями набутих при вивченні інших дисциплін, фактами або резонними припущеннями чи гіпотезами;
- ✓ вносити пропозиції щодо формування та реалізації власної освітньої траєкторії; активізації власної самостійної пізнавальної діяльності, форм і методів проведення та змістовних компонентів аудиторних занять;
- ✓ відпрацьовувати пропущені заняття в установленому порядку;
- ✓ отримати індивідуальні консультації у викладача.

Студент зобов'язаний:

- ✓ відвідувати заняття всіх видів відповідно до встановленого дирекцією розкладу;
- ✓ брати активну участь у роботі під час аудиторних занять, дотримуватися правил етичної поведінки, поважати думки та права інших студентів і викладача;
- ✓ виконати завдання самостійної роботи вчасно і відповідно до вимог;
- ✓ набрати під час вивчення навчальної дисципліни мінімум 60 балів.

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Пропущені з поважної причини заняття дозволяється відпрацьовувати впродовж **двох тижнів** після завершення дії поважної причини і при наявності документа-підстави (довідки, розпорядження про індивідуальних графік відвідування тощо).

Політика щодо академічної доброчесності. Студенти керуються нормами «Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти в національному університеті «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка» (Наказ Ректора № 383 від 27.12.2019 р. зі змінами і доповненнями від 23.12.2020 (https://drive.google.com/file/d/1TggRAFOOn49g08VcMd_XsZHgyYNpm5LPs/view)). У процесі навчання та навчально-дослідницьких робіт забороняються плагіат, фабрикація та фальсифікація результатів, списування, хабарництво.

Політика щодо викладання. Викладання навчальної дисципліни відбувається на засадах студентоцентризму, антропоцентризму, гуманізму, поваги до соціокультурного плюралізму.

Розподіл балів

Види контролю	Кількість	Бали	Загальна кількість балів
Виконання самостійної роботи	3	21	63
Усна відповідь на практичному занятті	2	12	24
Індивідуальна робота		13	
Усього:			100