*Змістовний модуль № 1*

1. Історичні передумови політичного PR.

2. Політичний PR від прото PR до Нового часу.

4. Політичний PR в ХХ – ХХІ ст.: новітні інформаційні концепції.

5.Політичний PR-ринок в пострадянських країнах.

6. Об’єкти та суб’єкти політичного менеджменту.

7. Основні методи та напрямки політичного менеджменту.

8. Класифікація східних та європейських вчень про політичну комунікацію.

9. Основні погляди китайських філософів на типи політиків.

10. Основні погляди індійських філософів на типи політиків.

11. Основні погляди перських філософів на типи політиків.

12. Основні погляди античних та давньоримських філософів на типи політиків.

13. Основні погляди індійських філософів на типи політиків.

14. Політичний PR в часи СРСР: від агітаторів до інструкторів.

15. Реформування політичного PR-ринку в пострадянські часи.

16. Об’єкт та суб’єкт політичного менеджменту.

17. Аналіз різниці між державним та політичним управлінням.

18. Характеристика сучасного етапу партійного будівництва в Україні з позиції політичного менеджменту.

19. Витоки PR-консультування.

20. Ранжування PR**-**консультантів.

21. Професіограма політичного PR.

22. Етика PR-консультантів.

23. Американський та європейський (французький) підходи до політичного PR-консалтингу.

24. Класифікація політичних систем.

25. Політичний PR в контексті політичних систем.

26. Особливості PR-діяльності в провідних політичних системах.

27. Визначення та сутність політичного медійного менеджменту.

28. Політична кампанія.

29. Зв’язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.

30. GR-зв’язки з Урядом.

*Змістовний модуль № 2*

31. Політичний лобізм.

32. Політична медійна компанія.

33. Методологія визначення комунікативних методів політичного PR.

34. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.

35. Тенденції та перспективи розвитку комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації.

36. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу.

37. Політична комунікація в контексті дослідження комунікаційних методів.

38. Медійні методи як чинник формування громадської думки.

39. Інтернет-технології в політичному менеджменті.

40. Психологія політичного PR.

41. Створення настанов у політичному PR.

42. Пряма маніпуляція в політичному PR.

43. Медійні ефекти: прайминг та фрейминг.

44. Засоби дискредитації конкурентів у політичному PR.

45. Сучасний український інфотейтмент.

46. Партійні ЗМІ: роль та місце у формуванні ідеології.

47. Суспільно-політичні ЗМІ в політичному PR.

48. Види програмних промов.

49. Семіотичне навантаження програмної промови президента країни.

50. Передвиборчий штаб: склад, функції.

51. Організаційні функції штабних підрозділів.

52. Агітаційна кампанія.

53. Вибори та пост виборчий процес.

54. Виборчий штаб: функції, склад.

55**.** Методологічне забезпечення виборів.

56 . ТипологіяPR-подій.

57. Політичні мережі.

58. Типологізація українських партій.

59. Персональні PR-комунікації.

60. Політичний етикет та протокол.