

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА ПОЛІТОЛОГІЇ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Т.Ф. Бірюкова

Т.Ф. Бірюкова

грудень 2022

ЕЛЕКТОРАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалаврів
очної (денної) форми здобуття освіти
спеціальності 052 «Політологія»

освітньо-професійних програм «Політологія», «Міжнародна політика та
політика національної безпеки»

Укладач: Горло Наталя Віталіївна, д.політ.н., професор кафедри політології

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри політології

Протокол № 3 від "15" 12 2022 р.
Завідувач кафедри політології

Є.Г.Цокур

(підпис)

Ухвалено науково-методичною радою
факультету соціології та управління

Протокол № 4 від "19" 12 2022 р.
Голова науково-методичної ради

факультету соціології та управління
Н.В.Горло

(підпис)

Погоджено
з навчально-методичним відділом

О.В.Михайлова

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2022 рік

1. Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Кількість кредитів – 3	Вибіркова	
		Цикл дисциплін вільного вибору студентів в межах спеціальності	
Спеціальність 052 Політологія	Загальна кількість годин – 90	Семестр:	
		8-й	-
Освітньо-професійні програми «Політологія», «Міжнародна політика та політика національної безпеки»	Змістових модулів – 4	Лекції	
		12 год.	-
		Семінарські	
		12 год.	-
Рівень вищої освіти: бакалаврський	Кількість поточних контрольних заходів – 8	Самостійна робота	
		66 год.	-
		Вид підсумкового семестрового контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Електоральні дослідження» є поглиблення знань про електоральні процеси, які відбуваються у сучасних суспільствах, засвоєння теоретико-методологічних аспектів і практичних засад досліджень сучасних електоральних процесів.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Електоральні дослідження» є: з'ясування сутності електоральних процесів; засвоєння знань про стратегії і тактики електорального маркетингу; ознайомлення з сучасним станом політичного ринку в Україні; вивчення теорій електоральної поведінки; ознайомлення з основними напрямками електоральних досліджень та їх методологією в Україні та за кордоном; характеристика методів електоральних досліджень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

1. сутність і етапи електорального процесу;
2. стратегії і тактики електорального маркетингу;
3. теорії електоральної поведінки;
4. основні поняття, пов'язані з електоральними дослідженнями;
5. методи електоральних досліджень.

вміти:

1. аналізувати електоральний політичний ринок;
2. досліджувати соціально-демографічну структуру округу;

3. досліджувати стан електорального попиту;
4. збирати, обробляти і аналізувати емпіричну інформацію з політичних проблем, пов'язаних з електоральними процесами;
5. правильно оформляти і представляти результати проведених досліджень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
1	2
СК01. Здатність використовувати категорійнопонятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки. РН01. Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності. РН08. Вміти використовувати базовий категорійнопонятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.	Опитування на семінарських заняттях; тестування в системі Moodle
СК02. Здатність застосовувати політологічне мислення для розв'язання теоретичних та практичних проблем у політичній сфері на основі опанування класичної та сучасної політичної думки. РН07. Розуміти історію, закономірності та етапи розвитку предметної сфери політології, знати її цінності та досягнення	Опитування на семінарських заняттях Тестування у системі moodle
СКО3. Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах. СК04. Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності. РН10. Вміти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах. РН11. Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.	Підготовка індивідуального дослідницького завдання; завдання на порівняльний аналіз
СК09. Здатність презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефаківців РН 16. Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень фахівцям і широкий аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань	Написання та усний захист індивідуального дослідницького завдання аналітичного характеру з презентацією його результатів
ЗК05. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.	Опитування на семінарських заняттях; підготовка ІДЗ
ЗК08 Здатність до письмової й усної комунікації	Опитування на семінарських

рідною мовою, знання іноземних мов. РН02. Вільно спілкуватися державною та однією з іноземних мов усно і письмово у професійній діяльності.	заняттях; розробка та захист індивідуального дослідницького завдання
--	--

Міждисциплінарні зв'язки

У концептуальному, інформаційному і логічному плані даний курс тісно пов'язаний з такими дисциплінами, як «Політичний маркетинг», «Методика політичних досліджень», «Моделі виборчих систем».

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні засади електоральних досліджень.

Тема 1. Сутність і види електоральних досліджень.

Визначення поняття «електоральні дослідження». Електоральні дослідження як предмет електоральної політології, електоральної соціології і електорології: спільне і відмінне. Вибори і виборчий процес як об'єкт електоральних досліджень. Мета електоральних досліджень – вивчення електоральних орієнтацій і поведінки індивідів. Завдання електоральних досліджень: вивчення мотивації поведінки виборців під час голосування, різноманітних чинників, які впливають на їх електоральні симпатії та антипатії; розкриття можливостей щодо прогнозування, формування, управління настроями та уподобаннями виборців, вироблення та використання відповідних технологій. Основні функції електоральних досліджень: інформаційна, коригувальна, прогнозна, пропагандистська. Концепція О. Вишняка про нетотожність електоральних досліджень і опитувань громадської думки.

Основні напрями електоральних досліджень: аналіз соціально-політичної ситуації в окрузі чи країні; виявлення проблем, які хвилюють населення, уточнення основних типів електорату, дослідження іміджів кандидатів, брендів політичних партій, вивчення соціально-демографічної структури округу і виокремлення адресних груп електорату.

Характеристика теоретичних і прикладних електоральних досліджень. Класифікація електоральних досліджень за критерієм мети: пошукові, базові, відстежувальні, пропагандистські, прогнозні, поствиборчі.

Тема 2. Історія електоральних досліджень.

Зарубіжний досвід проведення електоральних досліджень. Перший досвід опитування електоральних намірів виборців: опитування газети «Херрісберг Пенсільванія» громадян штату Пенсільванія (1824 р.).

Інституціоналізація електоральної соціології в зарубіжних країнах (20-30-ті рр. XX ст.): діяльність журналу «The literary digest», діяльність Дж. Геллапа і Американського інституту громадської думки. Розробка методологічних засад електоральних досліджень в Чиказькому університеті (Ч. Меррієм). Напрями досліджень Французького інституту дослідження громадської думки і Британського інституту громадської думки як філіалу Інституту Геллапа. Електоральні опитування Е. Ноель-Нойман і відкриття «спіралі мовчання».

Розвиток електоральної соціології в Україні: дослідники електоральних процесів І. Бекешкіна, О. Вишняк, Є. Головаха, І. Кучерів, В. Паніотто, В. Полторак та ін. Дослідницькі центри: Київській міжнародний інститут соціології; Соціологічна маркетингова служба «Соціс ЛТД»; Дослідницький центр «Демократичні ініціативи» ім. І. Кучеріва, Центр «Соціо-поліс»; Центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова.

Тема 3. Теорії електоральної поведінки.

Загальна характеристика теорій електоральної поведінки. Зміст соціологічної (статусної) теорії електоральної поведінки – електоральний вибір пояснюється належністю до великих соціальних груп. Теорія «соціальних розмежувань» С. Ліпсета і С. Роккана і виділення ними «генетичної моделі» формування партійних систем і відповідних їм груп виборців. Методика розрахунку «індекса партійно-групових зв'язків» Дж. Пауелла-молодшого (США). Критика соціологічної теорії.

Соціально-психологічна теорія електоральної поведінки: сутність і базові установки. Класичний варіант соціально-психологічної теорії – прихильність виборців до певної партії/кандидата складається в ході ранньої політичної соціалізації. Верифікація змісту теорії на прикладі електорального процесу в США. Модель «воронки причинності» А. Кембелла. Теорія свідомої партійно-ідеологічної ідентифікації як пізніша модифікація соціально-психологічної теорії. Обмеженість теорії для прогнозування електоральної поведінки.

Пояснення електоральної поведінки з позиції теорії раціонального вибору. Електоральні дослідження К. Ерроу: амбівалентність установок виборця («парадокс Ерроу») і «теорема про неможливість». Праця Е. Даунса «Економічна теорія демократії» (1957 р.) і теорія «медіанного виборця». Теорія «економічного голосування» М. Фіоріні. Дві течії в рамках теорії: «егоцентричне» голосування (вирішальний вплив має оцінка власного економічного становища) і «соціотропне» голосування (оцінка економічної ситуації в країні).

Теорія «спіралі мовчання» Е. Ноель-Нойман: сутність і передумови розробки. Перспективні моделі подолання «спіралі мовчання» в сучасних суспільствах.

Розділ 2. Методика проведення електоральних досліджень.

Тема 4. Дослідження електорального ринку

Сутність маркетингових досліджень і їх можливості для вивчення електорального ринку. Класифікація електоральних маркетингових досліджень: оціночні; описові; аналітичні.

Електоральний ринок: поняття, властивості. Підходи до сегментації електорального ринку: географічний (територіально-поселенський); демографічний; соціально-професійний; етнічний; конфесійний; майновий; психографічний; «схований» («тіньовий»); статусний; репутаційний; організаційний (корпоративний); рольовий. Етапи сегментування електорального простору: політико-географічний; соціально-професійно-демографічний; політико-психологічний.

Створення бази даних про виборчий округ. Основні рубрики бази даних: портрет округу (карта-схема округу, демографічна статистика про виборців округу, список і реквізити керівників діючих в окрузі осередків політичних партій, громадських організацій, підприємств, культурно-просвітницьких установ, учбових закладів, ЗМІ та ін.), виборча історія округу (чисельність виборців, результати попередніх голосувань, виборчі традиції й преференції), дані про ЗМІ, які працюють з мешканцями округу (рейтинг найбільш популярних ЗМІ, авторів, програм), дані про інших кандидатів (біографічні дані, передвиборча програма, її аналіз, інформація про ступінь підтримки).

Тема 5. Електорат як об'єкт електоральних досліджень.

Фонові дані: соціально-демографічний, соціально-професійний, національний, конфесіональний склад жителів; стан економіки, характеристика зайнятості й добробуту населення; специфічні традиції й проблеми жителів; особливості участі населення в попередніх виборчих кампаніях. Джерела фонових даних: статистичні дані, відомості виборчих комісій, думки експертів, наукові або інші публікації, матеріали попередніх соціологічних досліджень.

Партійна ідентифікація електорату. Класифікація електорату: активні, пасивні, мінливі виборці, особливості їх поведінки. Визначення впливу абсентеїзму на хід і результати виборчої кампанії. Структура електорату: активний і пасивний електорат. Структура активного електорату: співчуваючий електорат, голосуючий електорат. Електоральне «ядро». Електоральне «болото». Постійно голосуючі «за» і «проти».

Цільові (адресні) групи. Типи цільових груп: «розумна громадськість»; «дурна громадськість»; «негромадські групи».

Дані, які характеризують: рівень поінформованості населення про майбутні вибори, поінформованість про претендентів, що вступили в боротьбу; електоральний досвід респондентів (особливості участі в попередніх виборах, преференції, механізм прийняття рішень про голосування та ін.); сприйняття проблем свого регіону, країни, політичні орієнтації; електоральні наміри; рейтингові заміри різних видів.

Тема 6. Застосування методу опитування в електоральних дослідженнях

Передвиборне опитування виборців: визначення мети і завдань дослідження, формування вибірки, розробка інструментарію і його апробація, збирання первинної інформації, кодування результатів та їх комп'ютерна обробка, аналіз результатів опитування. Вибірні експрес-опитування. Вибірні дослідження фокус-груп. Експертне опитування. Типи інформації, яку надає опитування виборців (за Д.Б. Мангеймом та Р.К. Річем): факти, знання (perceptions); думки (opinions) (судження респондента про його переваги і погляди щодо певних предметів і подій); ставлення (достатньої стійкої настрої респондентів і їхні оцінки певних подій, явищ та ідей), установки (attitudes); звіти про поведінку (behavioral reports) респондентів.

Політичний рейтинг як показник конкурентної оцінки політичного діяча, партії або події. Специфіка, мета і призначення рейтингових електоральних досліджень. Критерії класифікації рейтингів: склад учасників опитування; характер питань, за якими проводиться опитування; вимірювальні якості. Види рейтингів: рейтинг поінформованості; рейтинг довіри до партій та кандидатів (загальна оцінка рівня довіри виборців до певного політика чи партії); рейтинг вибору (ставлення громадян до партій і кандидатів, яке виявляється в намірах голосувати за них на виборах). Сутність процедури зважування. Практика складення політичних рейтингів в Україні.

Застосування методу опитування у визначенні електоральних орієнтацій напередодні виборів – опитування на вході. Техніка проведення опитувань на вході. Сутність парадоксу Ла П'єра. Праймериз як різновид опитувань на вході. Практика проведення праймериз в США. Екзит-пол як опитування на виході з виборчої дільниці. Техніка проведення екзит-полу. Функції виборчого екзит-полу: прогнозування результатів голосування; контроль за результатами голосування; теоретична перевірка моделей електоральної поведінки. Особливості проектування вибірки виборчого екзит-полу.

4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекційні заняття, год		Семінарські заняття, год				Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
			о/д ф.	з/дис т ф.	о/д ф.	з/дис т ф.	о/д ф.	з/дис т ф.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	15	8	4	-	4	-	7	-	10	5	15
2	15	4	2	-	2	-	11	-	5	10	15
3	15	8	4	-	4	-	7		10	5	15
4	15	4	2	-	2	-	11	-	5	10	15
Усього за змістові модулі	60	24	12		12		36		30	30	60
Підсумковий семестровий контроль залік	30								30	30	40
Загалом	90								100		

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	Сутність і види електоральних досліджень	2	
	Історія електоральних досліджень.	2	
2	Теорії електоральної поведінки	2	
3	Дослідження електорального ринку	2	
	Електорат як об'єкт електоральних досліджень	2	
4	Застосування методу опитування в електоральних дослідженнях	2	
Разом		12	-

6. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість	
		о/д ф.	з/дист ф.
1	Сутність і види електоральних досліджень	2	
	Історія електоральних досліджень.	2	
2	Теорії електоральної поведінки	2	
3	Дослідження електорального ринку	2	
	Електорат як об'єкт електоральних досліджень	2	
4	Застосування методу опитування в електоральних дослідженнях	2	
Разом		12	-

7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Відповідь на семінарі	<u>Семінар №1</u> Питання за Змістовим модулем 1 <u>Семінар №2</u> Питання за Змістовим модулем 1	5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність	10
	Практичне завдання	<u>Практичне завдання №1</u> Охарактеризуйте еволюцію методології електоральних досліджень та порівняйте методологію зарубіжних та вітчизняних науковців	5 балів – повна змістовна робота, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування володіння методологією дослідження; 4 балів – робота досить повна, але є деякі неточності, пов'язані з використанням методології дослідження; 3-2 бали – робота неповна, поверхневий виклад матеріалу, відсутність аналітичних висновків; 1 бал – короткий поверхневий виклад матеріалу	5
Усього за ЗМ 1 контр. заходів	2			10

2	Відповідь на семінарі	<u>Семінар №3</u> Питання за Змістовим модулем 2	5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність	5
	Практичне завдання	<u>Практичне завдання №2</u> Розробіть модель «воронки причинності» для аналізу чинників електорального вибору українців <u>Практичне завдання №3</u> Розкрийте вплив «спіралі мовчання» на виборчий процес на прикладі України та запропонуйте шляхи для подолання її негативного ефекту	5 балів – повна змістова робота, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування володіння методологією дослідження; 4 балів – робота досить повна, але є деякі неточності, пов'язані з використанням методології дослідження; 3-2 бали – робота неповна, поверхневий виклад матеріалу, відсутність аналітичних висновків; 1 бал – короткий поверхневий виклад матеріалу	10
Усього за ЗМ 2 контр. заходів	2			15
3	Відповіді на семінарі	<u>Семінар №4</u> Питання за Змістовим модулем 3 <u>Семінар №5</u> Питання за Змістовим модулем 3	5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція	10

			4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність	
	Практичне завдання	<u>Практичне завдання №4</u> Складіть базу даних про виборчий округ	5 балів – повна змістовна робота, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування володіння методологією дослідження; 4 балів – робота досить повна, але є деякі неточності, пов'язані з використанням методології дослідження; 3-2 бали – робота неповна, поверхневий виклад матеріалу, відсутність аналітичних висновків; 1 бал – короткий поверхневий виклад матеріалу.	5
Усього за ЗМ 3 контр. заходів	2			15
4		<u>Семінар №6</u> Питання за Змістовим модулем 4	5 балів – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. Наявна авторська позиція 4 бали – глибокі і систематичні знання теорії, здатність вирішувати проблемні питання. Відповідь студента відрізняється точністю формулювань, логікою, достатній рівень узагальненості знань. 3 бали – студент знає і може самостійно сформулювати основні	5

			поняття теми та пов'язати їх з реальними явищами. Проте відповідь змістовно неповна. Відповідь логічна, але розуміння не є узагальненим 2 бали – студент відтворює основні поняття і визначення, але досить поверхово, не виділяючи взаємозв'язок між ними, може сформулювати з допомогою викладача основні положення теми, допускає помилки, які повною мірою самостійно виправити не може 1 бал - відповідь студента фрагментарна, зумовлена нечіткими уявленнями про закони і явища. У відповіді цілком відсутня самостійність	
	Практичне завдання	<u>Практичне завдання №5</u> Порівняйте рейтинги довіри та рейтинги вибору і поясніть відмінності між ними. Для порівняння оберіть два рейтинги, що стосуються одних і тих же кандидатів <u>Практичне завдання №6</u> Охарактеризуйте сутність парадоксу Ла-П'єра та визначте його вплив на виборчий процес в Україні	5 балів – повна змістовна робота, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування володіння методологією дослідження; 4 балів – робота досить повна, але є деякі неточності, пов'язані з використанням методології дослідження; 3-2 бали – робота неповна, поверхневий виклад матеріалу, відсутність аналітичних висновків; 1 бал – короткий поверхневий виклад матеріалу	10
Усього за ЗМ 4 контр. заходів	2			15
Усього за змістові модулі контр. заходів	8			60

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
Залік	Тести	Питання для підготовки і тести розміщено у Moodle	1 бал за кожен правильну відповідь. На проходження тесту дається 20 хвилин і одна спроба	20
	Практичне завдання	<u>Дослідження електорального попиту</u> Маркетингова	20-18 – робота повністю розкриває тему, логічно структурована, оперування	20

		діяльність повинна сприяти ідентифікації політика з продуктом, який пропонується на ринку і який повинен вистояти в конкурентній боротьбі з іншими продуктами. Виберіть один політичний товар і спробуйте визначити, як змінювався стан попиту на цей товар на електоральному ринку і яку маркетингову стратегію проводили політики чи партії для корегування попиту	багатьма теоретичними поняттями, висока аргументованість відповіді, переконливе демонстрування власної авторської позиції, наведення прикладів з політичної практики; 17-14 – положення та висновки есе недостатньо аргументовані, але робота достатньо логічна 13-10 – недостатньо чітка структура, аргументація положень має незавершений характер, розмита конкретика 9-5 - відсутня чітка структура, описовий характер 4-1 – робота фрагментарна, відсутня логіка та структура	
Усього за підсумковий семестровий контроль				40

9. Рекомендована література

Основна:

1. Гончарук-Чолач Т. В., Джугла Н. В. Політична соціологія : навчальний посібник. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка ТНЕУ», 2018. 250 с.
2. Політичні ідеї представників теорії суспільного вибору. В кн. Історія політичної думки : підручник / за ред. Н. Хоми. Львів : Новий світ-2000, 2017. С. 248-261.

Додаткова

1. Агарков О. А. Соціально-політичний маркетинг: теоретичний і практичний аспекти: монографія / за наук. ред. д-ра філос. наук, проф. В. М. Бебика. Запоріжжя : Просвіта, 2011. 314 с.
2. Бокоч В. М. Електоральний маркетинг в політичному процесі: міжнародний досвід : монографія. Ужгород : Ліра, 2015. 198 с.
3. Вишняк О. Електоральна соціологія: історія, теорії, методи. Київ : Ін-т соціології НАНУ, 2010. 308 с.
4. Вишняк О. І. Електоральна соціологія / Соціологія політики : хрестоматія : у 2-х т. / авт.-упоряд.: В. А. Полтораки, О. В. Петров, А. В. Толстоухов. Київ : Вид-во Європейський університет, 2010. Т.ІІ; Ч.І. С. 39-66.
5. Гугнін Е.А. Топологічні характеристики електорального поля України : дис... канд. соц. наук. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2007. 201 с.
6. Добиш М.П. Сучасні тренди електорально-географічних досліджень в світі та розвиток електоральної географії в Україні. *Український географічний журнал*. 2018. 4(104). С. 33-40.
7. Конет А. Аналіз досліджень сучасної електоральної поведінки в інформаційному політичному просторі. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2019. №39. С. 128-135.
8. Кочубей Л. Проблеми дослідження електорального простору. *Методологічний контекст. Політичний менеджмент*. 2005. №2. С. 108-117.
9. Остапеч Ю.О. Електоральні процеси в Україні: загальнонаціональний та регіональний виміри : дис... д. політ. н. Ужгород, 2016. 550 с.

10. Поліщук І. О. Виборчі технології: сутність та різновиди. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2015. № 4. С. 106-112.
11. Поліщук І.О. Концептуально-методологічні основи дослідження виборчих практик. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2016. № 3 (30). С. 89-94.
12. Полторак В. А. Маркетингові дослідження. Київ : Наука, 2004. 288 с.
13. Прасюк О.В. Компаративний аналіз електоральної та вибірковоопитувальної громадської думки. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Збірник наукових праць. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2010. Вип. 25. С. 75-78.
14. Романюк А. С., Шведа Ю. Р. Партії та електоральна політика. Львів : ЦПД – «Астролябія», 2005. 366 с.
15. Яремчук С. Проблемні аспекти методики прогнозування результатів голосування в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: Збірник наукових праць. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2010. Вип. 25. С. 69-74.
16. Agnew J. Mapping politics: How context counts in electoral geography. *Political Geography*. 1996. 15(2). P. 129-146.
17. Barrington L. W., & Herron E. S. One Ukraine or many? Regionalism in Ukraine and its political consequences. *Nationalities Papers*. 2004. №32 (1). P. 53-86.

Інформаційні ресурси

1. Електоральний простір: поняття, сутність, структура. *Віче*. 2008. №4. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/858/>
2. Електоральні дослідження. Маркетинг Консалтинг Груп. URL: <https://mcg.net.ua/services/electoral-research/>
3. Київський міжнародний інститут соціології. URL: <https://kiis.com.ua/>
4. Кириленко В. Філософія і політологія про якість досліджень. *Запорозька Січ*. 2005. 4 червня (№ 108). URL : <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Statti/0004695.pdf>
5. Климончук В. Ціннісний вимір електоральних процесів у Галичині (на прикладі Івано-Франківської області). URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/klymonchuk_tsinnisnyi.pdf
6. Остапеч Ю. Основні напрямки електоральних досліджень в Україні. 2003. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/.pdf>
7. Політичний ребрендинг: як це робиться в Україні. URL: <https://kolo.news/category/vlada/817>
8. Тренди політичного маркетингу. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/209159_trendi-politichnogo-marketingu
9. Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/>