

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ  
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету журналістики

Костюк В.В.

(підпис) (ініціали та прізвище)

« 31 » серпня 2023 р. \_\_

**ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПОЛІТИЦІ**  
**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

підготовки бакалавра

очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти  
спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа  
освітньо-професійна програма «Інформаційно-комунікаційна справа»

Укладач Доценко К.О., канд. філол. наук, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Обговорено та ухвалено  
на засіданні соціальних комунікацій та  
інформаційної діяльності  
Протокол № 1 від “30” серпня 2023 р.  
Завідувач кафедри

В.В.Березенко  
(ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою  
факультету журналістики  
Протокол № 5 від “31” серпня 2023 р.  
Голова науково-методичної ради  
факультету

Н.В. Романюк  
(ініціали, прізвище)

Погоджено  
Гарант освітньої програми

В.В.Ковпак  
(ініціали, прізвище)

2023 рік

## Опис навчальної дисципліни

1	2	3	
Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	<b>Характеристика навчальної дисципліни</b>	
		очна (денна) форма здобуття освіти	заочна (дистанційна) форма здобуття освіти
Галузь знань 029 - Мистецтвознавство	Кількість кредитів – 4	Обов'язкова	
		Цикл професійної підготовки освітньої програми	
спеціальність 029 - інформаційна, бібліотечна та архівна справа	Загальна кількість годин – 120	<b>Семестр:</b>	
Освітньо-професійна програма Інформаційно-комунікаційна справа			
	<b>Лекції</b>		
	14 год.	4 год.	
Рівень вищої освіти: <b>бакалаврський</b>	Кількість поточних контрольних заходів –12	<b>Практичні</b>	
		14 год.	6 год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		78 год.	110 год.
		<b>Вид підсумкового семестрового контролю:</b> залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1 Метою викладання навчальної дисципліни «Інформаційна діяльність у політиці» є формування системи знань про особливості організації політичного PR. Вивчення курсу й передбачає формування практичних умінь та навичок щодо планування, підготовки, проведення та оцінки результатів політичних PR та здійснення перманентної цілеспрямованої політичної PR-діяльності.

2.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Інформаційна діяльність у політиці» є :

- 1) вироблення практичних умінь та навичок інформаційної роботи у політичній сфері,
- 2) ведення ефективної інформативної діяльності і комунікації із замовником політичних інформаційних, рекламних та PR-кампаній,
- 3) розробка політичних PR-стратегій, створення зразків політичної інформаційної, рекламної і PR-продукції,
- 4) знання про дотримання етичних норм, професійних стандартів у політичному PR.

2.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

**знати:**

- сутність понять «влада», «конституційний лад», «політична система», «орган державної влади»; політичні права й свободи в Україні;
- основи здійснення інформаційної діяльності у політичній сфері;
- основні напрями та методіку організації інформаційної діяльності в загальнонаціональних і регіональних органах державної влади;
- особливості здійснення інформаційної діяльності з використанням інструментарію політичної реклами, ПР, маркетингу;
- основи іміджування як провідну діяльність працівників інформаційної сфери в галузі політики.

**уміти:**

- пояснити сутність понять «влада», «конституційний лад», «політична система», «орган державної влади»;
- визначати особливості інформаційної діяльності служби зв'язків із громадськістю у виконавчих і представницьких (законодавчих) органах державної влади України;
- розподіляти повноваження працівників служби зв'язків із громадськістю у політичній сфері;
- володіти основними напрямками та методікою організації інформаційної діяльності служби PR на стадіях формування, становлення й активної діяльності партійно-політичних структур;
- пояснити основні етапи виборчого процесу;
- формувати імідж політичного діяча, політичної партії, суспільно-політичній організації інструментарієм інформаційної діяльності.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей:**

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
<p>Програмні компетентності:</p> <p>ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК3. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.</p> <p>ЗК6. Навички використання інформаційних і комунікативних технологій.</p> <p>ЗК7. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ФК1. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати сучасні прикладні комп'ютерні технології, програмне забезпечення, мережеві та мобільні технології для вирішення професійних завдань.</p> <p>ФК6. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.</p> <p>ФК8. Здатність проектувати та створювати</p>	<p>Методи:</p> <p>Словесні методи (лабораторні заняття, діалог, робота з підручниками).</p> <p>Практичні методи (творчі завдання).</p> <p>Логічні методи (індуктивні, дедуктивні).</p> <p>Метод формування пізнавального інтересу (навчальна дискусія).</p>

<p>документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги. ФК12. Здатність створювати, наповнювати та забезпечувати функціонування веб-сайтів та веб-спільнот у мережі Інтернет.</p>	
<p>Програмні результати навчання РН5. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням. РН11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань. РН12. Застосовувати сучасні методики і технології автоматизованого опрацювання інформації, формування та використання електронних інформаційних ресурсів та сервісів. РН13. Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення. РН15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва. РН20. Виявляти та використовувати комунікаційні стратегії у дискурсі стратегічних комунікацій та інтегрованих фахових комунікацій</p>	<p>Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий). Самостійно-пошукові методи (індивідуальна робота). Контрольні заходи: захист творчих завдань; індивідуальне практичне завдання; залік.</p>

**Міждисциплінарні зв'язки:** Курс «Інформаційна діяльність у політиці» є однією із дисциплін професійного спрямування, на яких базується підготовка здобувачів освіти інформаційної сфери, оскільки майбутній фахівець, вивчаючи цей курс, отримує й структурує раніше отримані знання про вітчизняний і світовий досвід інформаційної діяльності в політиці з використанням рекламного та PR-інструментарію. Саме тому програмний курс «Інформаційна діяльність у політиці» посідає одне з основних місць у системі фахових дисциплін, таких як «Зв'язки з громадськістю в інформаційній діяльності», «Інформаційна діяльність в органах державної влади», «Аналітико-синтетичне опрацювання документної інформації».

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1

##### *Інформаційна діяльність у політичному PR: основна термінологія курсу*

Сучасний ринок політичної діяльності: роль інформаційно-комунікаційних технологій. Політичний PR в XX – XXI ст.: новітні інформаційні концепції. Політичний PR-ринок у пострадянських країнах: специфіка інформаційно-комунікаційних процесів. Основні методи та напрямки політичного менеджменту. Шахова термінологія в політичному PR.

Термінологія в політичному PR. Сутність понять «політика», «політичний». Об'єкти політики. Суб'єкти політики. Характеристика політичного процесу та політичної діяльності. Політичні інститути. Громадянське суспільство в Україні. Політична культура сучасної

України. Служба зв'язків із громадськістю – невід'ємна частина інституту управління. Особливості діяльності інформаційної служби в політичній сфері. Застосування системи RACE в сфері політики. Історичні передумови політичного PR. Політичний PR від прото-PR до Нового часу. Східні та європейські вчення про політику.

Сутність понять «влада», «конституційний лад», «політична система», «орган державної влади». Класифікація політичних систем. Поняття політична система, закриті й відкриті політичні системи. Тоталітарні політичні системи, авторитарні і демократичні, комуністичні системи. Авторитарно-радикальні, традиційні політичні системи, популістські політичні системи. Авторитарно-консервативні політичні системи. Англо-американська політична система, європейсько-континентальна політична система. Пряма демократія, опосередкована демократія. Доіндустріальна й частково індустріальна політична система.

## **Змістовий модуль 2**

*Особливості інформаційної діяльності з використанням рекламних та PR-технологій у провідних політичних системах*

Витоки PR-консультування. Ранжування PR-консультантів.. Етика інформаційних консультантів. Основи політичного консалтингу. Дискурс у політичних консультаціях. Політичний PR у контексті політичних систем. Політичні права й свободи в Україні. Агрегація й артикуляція політичних інтересів груп населення, соціальних верств. Політичний маркетинг. Основні напрями та методика організації зв'язків із громадськістю в загальнонаціональних і регіональних органах державної влади. Взаємодія й розмежування повноважень прес-служби й служби зв'язків із громадськістю у політичній сфері.

Особливості інформаційної діяльності в провідних політичних системах. PR для монархії. PR-заходи для комуністичної ідеології. PR при тоталітаризмі. Медіацентрована демократія. PR-демократія. Культ особи як продукт PR-технологій. Етапи прийняття політичного рішення.

## **Змістовий модуль 3**

*Інформаційний відділ служби зв'язків з громадськістю в політиці: специфіка ведення комунікації*

Визначення та сутність політичного медійного менеджменту. Політична кампанія. Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту. GR-зв'язки з Урядом. Політичний лобізм. Політична медійна кампанія: сутність, етапи проведення. Методологія визначення комунікативних методів політичного PR. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.

Посадові й функціональні обов'язки прес-секретаря та речника. Основні види PR-текстів, використовуваних у роботі інформаційного відділу політичної пресслужби. Організація роботи інформаційного відділу політичної пресслужби в просторі мережі Інтернет. Технології «подієвої комунікації» в роботі пресслужби. Робота інформаційного відділу пресслужби з критичними матеріалами засобів масової інформації.

## **Змістовий модуль 4**

*Дискредитаційні інформаційні кампанії та способи боротьби з ними. Інформаційне забезпечення виборів: тексти політичного PR: партійна преса та програмні документи*

Психологія політичного PR. Створення інформаційних настанов у політичному PR. Пряма вербальна і невербальна маніпуляція в політичному PR. Медійні ефекти: праймтинг та фреймтинг (значення інформаційної складової). Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR: діяльність інформаційного відділу. Боти і ботоферми. Теорія інфококонів й інформаційних бульбашок.

Діяльність інформаційного відділу пресслужби в сфері сучасного українського інфотейтменту. Інформаційне висвітлення діяльності партійних ЗМІ: роль та місце у формуванні ідеології. Суспільно-політичні ЗМІ в політичному PR. Діяльність інформаційного відділу під час роботи з підготовки передвиборчих програм, та інших документів (партійний устав, види програмних промов). Семіотика та сакральність політичних промов: діяльність інформаційного відділу з її створення і репрезентації.

Діяльність інформаційного відділу під час роботи передвиборчого штабу: склад, функції. Діяльність інформаційної служби під час здійснення виборчих кампаній. Види PR-подій і їх реалізація через інформаційну діяльність. Режисура PR-подій. Особливості PR-подій. Організаційні функції штабних підрозділів. Оперативна інформаційна штабна робота. Агітаційна кампанія. Вибори та поствиборчий процес: діяльність інформаційного відділу. Перманентне проведення виборчих кампаній. Виборчий штаб: функції, склад. Методологічне забезпечення виборів.

### **Змістовий модуль 5**

#### *Іміджування в інформаційній діяльності як категорія політичних Public Relations*

Функції, фактори й підходи до вивчення іміджу в інформаційній діяльності. Структура й засоби формування іміджу. Специфіка сприйняття іміджевих повідомлень у масовій свідомості. Іміджеві повідомлення у кризових ситуаціях: особливості сприйняття.

Типологія іміджу: репрезентація його засобами інформаційної діяльності. Елементи іміджу й фактори його формування. Імідж політичного діяча, політичної партії, суспільно-політичної організації. Загальне й особливе в іміджі політичної організації і її лідера.

Інформаційна діяльність під час формування іміджу: формулювання проблеми, дослідницький етап, розробка плану, формування робочої групи Public Relations іміджмейкерської діяльності. Позиціонування як основний напрям іміджування, інформаційний формат. Формат як основний напрям іміджування. Маніпулювання як основний напрям іміджування. Формування політичного іміджу як віддзеркалення потрібних міфологій. Формування політичного іміджу шляхом міфологічних аргументацій. Образ політика як синтез його біографії та імідж-легенди (репрезентація інформаційним відділом).

Тенденції та перспективи розвитку інформаційно-комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації. Інформаційно-комунікаційні процеси під час формування іміджу. Відбілювання іміджу. Політична комунікація в контексті дослідження комунікаційних методів. Медійні методи як чинник формування громадської думки. Інтернет-технології в політичному менеджменті. Політичні мережі. Створення журналістського пулу.

### **Змістовий модуль 6**

#### *Інформаційна складова процесу політичного будівництва в сучасній Україні: політик як унікальна пропозиція та персональні PR-комунікації*

Політичне будівництво в сучасній Україні. Постановка завдань. Партійне будівництво та вибори. Складові політичного будівництва. Місце та роль партійної ідеології. Ідеологічні типи українських партій. Партійна структура. Основні напрямки діяльності партійних організацій. Депутатська фракція. Український парламентаризм.

Підходи до персональних PR-комунікацій. Типи політичних лідерів. Індивідуальність у політиці. Розкриття інформації про політика. Гендерний чинник у політичному PR. Політик як унікальна пропозиція. Технології просування політичного іміджу. Складові політичного етикету та протоколу. Гендерні особливості побудови іміджу керівника в структурі міфологічної комунікації: інформаційні моделі. Інформаційні технології для формування іміджу керівника. Формування політичного іміджу лідера та партії засобами міфологічної

PR-комунікації. Політична реклама як спосіб актуалізації іміджу. Пабліситі й «фіксація» іміджу. Коригування політичного іміджу діяча, політичної партії, суспільно-політичної організації.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години					Самостійна робота, год		Система накопичення балів			
		Усього годин	Лекційні заняття, год		Практичні заняття, год		о/д ф.	з/дист ф.	Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів	
			о/д ф.	з/дист ф.	о/д ф.	з/дист ф.						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	
1	15	4	2	0	2	0	11	15	2	8	10	
2	15	6	4	2	2	0	9	13	2	8	10	
3	15	6	2	0	4	2	9	13	2	8	10	
4	15	4	2	0	2	2	11	13	2	8	10	
5	15	4	2	2	2	2	11	11	2	8	10	
6	15	4	2	0	2	0	11	15	2	8	10	
Усього за змістові модулі	90	28	14	4	14	6	62	80	12	48	60	
Підсумковий семестровий контроль <b>екзамен</b>	30						30	30	20	20	40	
Загалом			<b>120</b>							<b>100</b>		

#### 5. Темі лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/д ф.
1	Інформаційна діяльність у політичному PR: основна термінологія курсу	2	0
2	Особливості інформаційної діяльності з використанням рекламних та PR-технологій у провідних політичних системах	4	2
3	Інформаційний відділ служби зв'язків з громадськістю в політиці: специфіка ведення комунікації	2	0
4	Дискредитаційні інформаційні кампанії та способи боротьби з ними. Інформаційне забезпечення виборів: тексти політичного PR: партійна преса та програмні документи	2	0
5	Іміджування в інформаційній діяльності як категорія політичних Public Relations	2	2
6	Інформаційна складова процесу політичного будівництва в сучасній Україні: політик як унікальна пропозиція та персональні PR-комунікації	2	0
<b>Разом</b>		<b>14</b>	<b>4</b>

#### 6. Темі практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин	
		о/д ф.	з/д ф.
1	Інформаційна діяльність у політичному PR: основна термінологія курсу	2	0

2	Особливості інформаційної діяльності з використанням рекламних та PR-технологій у провідних політичних системах	2	2
3	Інформаційний відділ служби зв'язків з громадськістю в політиці: специфіка ведення комунікації	2	0
4	Дискредитаційні інформаційні кампанії та способи боротьби з ними. Інформаційне забезпечення виборів: тексти політичного PR: партійна преса та програмні документи	4	2
5	Іміджування в інформаційній діяльності як категорія політичних Public Relations	2	2
6	Інформаційна складова процесу політичного будівництва в сучасній Україні: політик як унікальна пропозиція та персональні PR-комунікації.	2	0
<b>Разом</b>		<b>14</b>	<b>6</b>

### 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	Теоретичне завдання – опитування й обговорення проблемних питань; тестування на платформі MOODLE.	Навчальний матеріал за ЗМ 1 (розділ 3 РП)	Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 0,2 бала. Відповідь на питання – 2 б.	3
	Практичні завдання: подані до кожного плану	Вимоги до виконання та оформлення: подати у формі презентації.	За участь в обговоренні – 2 б. Практичне завдання – 5 б.	7
<b>Усього за ЗМ 1 контр. заходів</b>	2			10
2	Теоретичне завдання – опитування й обговорення проблемних питань; тестування на платформі MOODLE.	Навчальний матеріал за ЗМ 2 (розділ 3 РП)	Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 0,2 бала. Відповідь на питання – 2 б.	3
	Практичні завдання: подані до кожного плану	Вимоги до виконання та оформлення: подати у формі презентації.	За участь в обговоренні – 2 б. Практичне завдання – 5 б.	7
<b>Усього за ЗМ 2 контр. заходів</b>	2			10



3	Теоретичне завдання – опитування й обговорення проблемних питань; тестування на платформі MOODLE.	Навчальний матеріал за ЗМ 3 (розділ 3 РП)	Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 0,2 бала. Відповідь на питання –2 б.	3
	Практичні завдання: подані до кожного плану	Вимоги до виконання та оформлення: подати у формі презентації.	За участь в обговоренні – 2 б. Практичне завдання – 5 б.	7
<b>Усього за ЗМ 3 контр. заходів</b>	2			10
4	Теоретичне завдання – опитування й обговорення проблемних питань; тестування на платформі MOODLE.	Навчальний матеріал за ЗМ 4 (розділ 3 РП)	Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 0,2 бала. Відповідь на питання –2 б.	3
	Практичні завдання: подані до кожного плану	Вимоги до виконання та оформлення: подати у формі презентації.	За участь в обговоренні – 2 б. Практичне завдання – 5 б.	7
<b>Усього за ЗМ 4 контр. заходів</b>	2			10
5	Теоретичне завдання – опитування й обговорення проблемних питань; тестування на платформі MOODLE.	Навчальний матеріал за ЗМ 5 (розділ 3 РП)	Кількість питань – 5, кожна правильна відповідь оцінюється в 0,2 бала. Відповідь на питання –2 б.	3
	Практичні завдання: подані до кожного плану	Вимоги до виконання та оформлення: подати у формі презентації.	За участь в обговоренні – 2 б. Практичне завдання – 5 б.	7
<b>Усього за ЗМ 5 контр. заходів</b>	2			10
6	Теоретичне завдання –	Навчальний матеріал за ЗМ 6 (розділ 3 РП)	Кількість питань – 5, кожна	3

	опитування й обговорення проблемних питань; тестування на платформі MOODLE.		правильна відповідь оцінюється в 0,2 бала. Відповідь на питання – 2 б.	
	Практичні завдання: подані до кожного плану	Вимоги до виконання та оформлення: подати у формі презентації.	За участь в обговоренні – 2 б. Практичне завдання – 5 б.	7
<b>Усього за ЗМ 6 контр. заходів</b>	2			10
<b>Усього за змістові модулі контр. заходів</b>	12			60

### 8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
<b>Залік</b>	Теоретичні завдання	Перелік питань на залік (за якими складені тести) поданий у системі Мудл <a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9420">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9420</a>	Залік проводиться в письмовій формі при очній/дистанційній формі навчання. Залік складається із відповіді на теоретичні питання у формі тестів в системі Мудл. За відповіді на теоретичні питання студент може отримати за тестові завдання – до 20 балів, або всього за залік можна отримати до 20 балів.	20
	Індивідуальне практичне завдання	На залік завдання оформлюються в теку, окремо додається цифровий носій із презентацією найцікавіших моментів для репрезентації на заліку. 1. Проаналізуйте результати масштабного проекту «Сто Великих Українців», виокремте першу десятку лідерів. Дайте коротку характеристику цих осіб і прокоментуйте на сьогодні їхню перспективу щодо утвердження в політиці. Проведіть моніторинг і порівняйте результати подібних проєктів в Україні і світі.	Студент може отримати до 20 балів (за відео, цікаві факти, ілюстрації як елементи презентації) за не менше 10 слайдів.	20

		<p>Обґрунтуйте наявність у першій десятці кращих людей України та світу відомих політиків і поясніть їх роль в епосі та суспільному житті певної нації. Яку роль в цьому відіграє інформаційний контент, якою має бути інформаційна діяльність з метою репрезентації нації? <b>(4 бали).</b></p> <p>2. Проаналізуйте президентські вибори в Україні 2010, 2014 або 2019 рр. Доведіть результативність інформаційної складової політичних технологій під час створення іміджу Віктора Януковича Петра Порошенка та Володимира Зеленського, одного на вибір <b>(4 бали).</b></p> <p>3. Проаналізуйте результати передвиборчих перегонів у Президенти України та до Верховної Ради України, відзначаючи наявні маніпулятивні інформаційно-комунікативні технології (на основі зразків вивчення текстів політичних матеріалів). Відзначте лідерів та аутсайдерів <b>(4 бали).</b></p> <p>4. Чим можна пояснити «блискучі» прориви Сергія Тігіпка (2010) та Олега Ляшка (2014)? Які особливості інформаційного плану використали рилайтери? <b>(4 бали).</b></p> <p>5. Чому були недовідомими зусилля інформаційників і політехнологів зі створення позитивного іміджу партій «Україна – вперед» (2012) та «Громадянська позиція (Анатолій Гриценко)» (2014), та претендентів у президенти Ігоря Смешка та Петра Порошенка у 2019? Відзначити специфіку інформаційної війни каналів «Інтер» та «1+1», хто виграв цю війну? Яку роль у цих подіях відіграли іміджмейкери та спіндоктори, спічрайтери та копірайтери? <b>(4 бали).</b></p>		
Усього за підсумковий семестровий контроль	2			40

### 9. Рекомендована література

#### Основна

1. Агарков О.А., Арабаджиєв Д. Ю., Єрохіна Т.В., Попович В. М. Зв'язки з громадськістю : історико-теоретичні аспекти [Текст] : монографія. Запоріжжя : Просвіта, 2018. 264 с.

2. Березенко В. В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю [Текст] : навч.-метод. посібник для здобувачів вищої освіти магістра спеціальності «Журналістика» освітньої програми «Зв'язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 98 с.

3. Доценко К.О. Політичний PR : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Зв'язки із громадськістю» (заочна форма навчання). Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 124 с.

4. Кочубей Л.О. Виборчі технології : навч. посіб. Київ : Український центр політичного менеджменту, 2018. 332 с.

5. Шведа Ю. Р. Технологія виборчої кампанії. Основи електорального маркетингу та менеджменту : навч.-метод. посібник. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2018. 340 с.

#### Додаткова

1. Політичне лідерство: навч. посіб. / авт. кол. ; за заг. ред. В. А. Гошовської, Л. А. Пашко. Київ : НАДУ, 2016. 300 с.

2. Управління комунікаціями та зв'язки з громадськістю [Текст] : навчальний посібник / упоряд. Максим Філяк. Львів : б. в., 2016. 96 с.

3. Шведа Ю. Р. Політичні партії у виборах : теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посібк. Київ : Знання, 2012. 373 с.

4. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR : теорія і практика : [підручник]. Київ : Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

5. Political Public Relations : Concepts, Principles, and Applications (Routledge Communication Series). Edited By Jesper Stromback, Spiro Kioussis. Abingdon, UK and New York : Routledge, 2019. 414 p.

6. Baker F. W. Political Campaigns and Political Advertising : A Media Literacy Guide. Connecticut : Greenwood, 2019. 194 p.

#### Інформаційні ресурси

1. Балабан Р. Феноменальні риси сучасної політичної еліти України. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1738>

2. Головатий М. Підготовка молодшої політичної еліти як дієвий засіб розвитку політичного консенсусу. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php1&n=74&c=1739>

3. Дергачов О. Тип лідерства і формування політичного режиму. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1736>

4. Маліс О. Політичний сайт як посередник між суб'єктами політики та суспільством. *Віче*. 2008. № 11. С. 27–28. URL: <http://veche.kiev.ua/journal/1160/>

5. Мамонтова Е. В. Політичний брендінг як технологія соціального управління: український досвід. *Університетські наукові записки*. 2007. № 1 (21). С. 240–244. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap\\_2007\\_1\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2007_1_38)

6. Михальченко М. Українська національна ідея: підказ для політичних лідерів URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1735>

7. Мокан В. І. Проблема ефективності виборчих технологій та їх ресурсного забезпечення. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. 2010. Вип. 19. С. 174–183. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/26692>

8. Мокан В. І. Технологічний ризик як складова оцінки ефективності виборчих технологій. *Гілея (науковий вісник)* : збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. 2010. Вип. 30. С. 461–466. URL: <http://upgroup.org.ua/tehnologichniy-rizik-yak-skladova-otsinki-efektivnosti-viborchih-tehnologiy/>

9. Моторнюк Т. М. Виборчі технології маніпуляцій свідомістю українських виборців у президентській кампанії-2010. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2010. Т. 21-22. С. 264-269. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ippss\\_2010\\_21-22\\_56](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ippss_2010_21-22_56)

10. Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість. *Політичний менеджмент*. 2007. № 5. С. 126–137. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9697/14-Nalyotov.pdf?sequence=1>

11. Новакова О. Політична еліта України: проблема демократичної консолідації. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1740>
12. Пахарев А. Концепції лідерства в сучасній західній політичній науці. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1737>
13. Петракова Є. Деякі аспекти формування іміджу політичного лідера. *Політичний менеджмент*. 2004. № 2. С. 109–120. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe\\_2004\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2004_2_11)
14. Рудич Ф. Політичне лідерство в країнах Центральної і Східної Європи. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1733>
15. Стативка А. Деякі фактори формування політичної еліти в країнах Центральної та Східної Європи. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1734>
16. Шайгородський Ю. Роль міфологічної свідомості у розумінні політики. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=74&c=1741>
17. Шубін С. П. Проблеми політичного PR у державному управлінні та методологія їх вирішення. *Ефективність державного управління*. Збірник наукових праць. 2010. Вип. 24. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Edu/2010\\_24/fail/Shubin.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Edu/2010_24/fail/Shubin.pdf)