

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ  
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти  
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015  
Кафедра філософії, соціології та політології

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою ДТЕУ

(пост. п. 2 від «15» 12 2022 р.)

Ректор



Анатолій МАЗАРАКІ

**ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА  
МАРКЕТИНГ /  
POLITICAL MANAGEMENT AND MARKETING**

**ПРОГРАМА/  
COURSE SUMMARY**

**Київ 2022**

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ  
заборонено**

Автор: А.М. Міщенко, кандидат політичних наук

Г.Ю. Воробйова, кандидат політичних наук

Програму обговорено і затверджено на засіданні кафедри філософії,  
соціології та політології «15» листопада 2022р., протокол №12

Програму обговорено і затверджено на засіданні вченої ради факультету  
міжнародної торгівлі та права «16» листопада 2022 р., протокол №5

Рецензенти:

Стичинська А.Б., кандидат політичних наук, доцент кафедри  
філософії, соціології та політології ДТЕУ,

Поживанов О.М., координатор громадської організації «Фонд  
муніципальних реформ «Магдебурзьке право»

**ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА  
МАРКЕТИНГ /  
POLITICAL MANAGEMENT AND MARKETING**

**ПРОГРАМА/  
COURSE SUMMARY**

## **ВСТУП**

Програма дисципліни «Політичний менеджмент та маркетинг» призначена для студентів бакалаврату ДТЕУ денної форми навчання галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальності 052 «Політологія», освітньої програми «Політологія міжнародних відносин».

Програму підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти України із зазначеної спеціальності та відповідної освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів ДТЕУ.

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.
6. Лист погодження програми дисципліни.

### ***1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ***

*Метою* вивчення дисципліни «Політичний менеджмент та маркетинг» є формування у здобувачів вищої освіти необхідних теоретичних і практичних знань щодо методів і технологій політичного менеджменту та маркетингу.

Відповідно до мети визначаються основні **завдання навчальної дисципліни:**

- надання студентам систематизованих і цілісних знань про політичний менеджмент та маркетинг і їхні методи;
- допомога в оволодінні професійних знань про систему управління політичними процесами;
- ознайомлення з науковими підходами до управління політичними процесами та методами впливу на них,
- формування достатнього рівня знань для роботи з законодавчою базою в сфері політичного менеджменту;

- сприяти засвоєнню студентами необхідних практичних навичок для роботи з маркетинговими технологіями в політиці.

**Предметом** методи та технології політичного менеджменту та маркетингу.

## ***2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ***

*знання:*

- Теорія політичних вчень;
- Філософія;
- Зарубіжна політологія ХХ-ХХІ століття;
- Теорія міжнародних відносин;
- Іноземна мова за професійним спрямуванням.

*вміння:*

- вільно володіти понятійним апаратом в галузі соціальних та поведінкових наук.

## ***3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ***

Дисципліна «Політичний менеджмент та маркетинг» як вибіркова компонента освітньої програми забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідною освітньо-професійною програмою:

- *Політологія міжнародних відносин (ОС бакалавр)*

| Номер в освітній програмі                             | Зміст компетентності  | Номер теми, що розкриває зміст компетентності |
|---|---|---|
| <i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i> |   |   |
| ЗК03  | Здатність бути критичним і самокритичним.   | 1-14  |
| ЗК04  | Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).   | 1-14  |
| ЗК06  | Навички використання інформації<br>Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.<br>Йних і комунікаційних технологій. | 1-14  |

|   |  |      |
|---|--|------|
| ЗК07  | Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. | 1-14 |
| <i>Спеціальні компетентності за освітньою програмою</i> |  |      |
| СК03  | Здатність описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах.   | 4-9  |
| СК04  | Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.   | 7    |

|   |  |       |
|---|--|-------|
| СК05  | Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування. | 1-14  |
| СК10  | <i>Здатність розуміти міжнародні відносини у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, економічному, суспільному, культурному та інформаційному.</i>     | 13-14 |
| <i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i> |  |       |
| РН01  | Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності.   | 1-14  |
| РН04  | Мати навички професійної комунікації.  | 1-14  |
| РН06  | Знати свої права та обов'язки як члена демократичного суспільства та використовувати їх у професійній діяльності.  | 1-14  |
| РН08  | Вміти використовувати базовий категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.   | 1-14  |

|      |   |      |
|------|---|------|
| PH10 | міти описувати, пояснювати й оцінювати політичні процеси та явища у різних історичних, соціальних, культурних та ідеологічних контекстах. | 1-14 |
| PH13 | Вміти аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.                                      | 1-7  |

#### **4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

##### **Тема 1. Політичний менеджмент як наука та навчальна дисципліна**

Гене́за поняття "політичний менеджмент". Теоретичні засади вивчення політичного менеджменту. Співставлення понять "управління", "державне управління", "менеджмент", "політичне керівництво" і політичний менеджмент". Специфіка політичного менеджменту. Предмет і об'єкт політичного менеджменту. Функції політичного менеджменту. Методологія дослідження політичного менеджменту.

Етапи розвитку теорії управління. Школа Ф. Тейлора та його послідовників. «Теорія адміністрації» Анрі Файоля. Школа людських стосунків (М. Фоллет і Дж. Мейо). Підходи до проблеми управління Д. Мак-Грегора (теорії "Х" та "У") та А. Маслоу. Концепція вимушеної раціональності Г. Саймона.

##### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 2 [с. 23-28, 77-108], 3 [с. 15-97].

*Додатковий:* 6 [с. 18-42], 10 [с. 18-26], 12 [с. 4-58].

*Інтернет-ресурси:* 1-7



## **Тема 2. Місце і роль політичного менеджменту в сучасному суспільстві**

Політичний менеджмент як практична діяльність. Критерії ефективності в політичному менеджменті. Основні види політичного менеджменту, їх загальна характеристика. Завдання політичного менеджменту. Політичний менеджмент як планування, організація, мотивація та контроль. Індивідуальні та групові суб'єкти політичного менеджменту. Засоби заохочення і санкціонування в політичному менеджменті. Політичний менеджмент в глобальному світі. Партиїний менеджмент. Ціннісний вимір політичного менеджменту.

### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 1 [с. 76-98, 125-178], 4 [с. 78-97].

*Додатковий:* 8 [с. 14-56], 10 [с. 17-82],

*Інтернет-ресурси:* 1-7

## **Тема 3. Основні моделі політичного менеджменту.**

Сутність реакційної, активної спеціальної, активної систематичної та пасивної моделей політичного менеджменту. Моделі політико-управлінських відносин. Модель поглинання як переважання політичної або адміністративної компоненти державного управління. Дихотомічна модель як співіснування та чітке розмежування політичної та адміністративної компоненти. Комунікативна модель як взаємовплив політичної та адміністративної складових державного управління. Порівняльний аналіз моделей менеджменту.

### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 2 [с. 53-65], 3 [29-50].

*Додатковий:* 7 [с. 112-168], 11 [с. 67-95], 14 [с. 62-87], 16 [с. 35-52].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

## **Тема 4. Поняття політичного процесу в управлінському контексті.**

Теоретичні засади дослідження політичного процесу. Суб'єкт і об'єкт політичного процесу. Інноваційний та ефективний метод дослідження політичних процесів. Моделі політичного процесу. Управління

політичними процесами на рівні мотивації, комунікації та структуризації. Політична конкуренція та моделі взаємодії з конкурентами.

Стилі керівництва в менеджменті: авторитарний, колегіальний, ліберальний, демократичний, груповий.

Вплив громадської думки на політичний менеджмент.

### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний: 1 [с. 191-216], 4 [с. 124-165]*

*Додатковий: 7 [с. 108-133], 8 [с. 203-214], 12 [с. 255-369].*

*Інтернет-ресурси: 1-7*

### **Тема 5. Державний менеджмент**

Особливості державного менеджменту. Становлення державного менеджменту. Співвідношення понять “управління” та “адміністрування”. Менеджмент державного адміністрування. Менеджмент державної політики. Сутність державної політики. Засоби державної політики.

Соціальна природа державного менеджменту. Цілі та функції. Принципи державного адміністрування, механізми їх прояву і використання. Критерії ефективності державного управління та адміністрування.

Методи державного менеджменту. Організація роботи вищих органів державної влади. Система стримувань і противаг. Державна служба.

### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний: 1 [с. 3-8], 2 [с. 116-148].*

*Додатковий: 8 [с. 103-131], 9 [с. 104-132], 10 [с. 31-82], 18 [с. 196-226].*

*Інтернет-ресурси: 1-7*

### **Тема 6. Менеджмент виборчої кампанії**

Поняття виборчої кампанії. Етапи підготовки до виборів. Формування команди як ключовий етап політичного менеджменту. Технологія розробки та реалізації виборчої кампанії. Методи роботи з виборцями. План виборчої кампанії.

Загальні принципи організації виборчої кампанії. Особливості проведення виборчих кампаній. Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії.

Ресурси виборчої кампанії. Побудова виборчого штабу. Організація фінансування компанії. Структура бюджету виборчої компанії.

#### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 2 [с. 13-48; 116-148].

*Додатковий:* 11 [с. 103-131], 6 [с. 31-82], 8 [с. 104-132], 18 [с. 196-226].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

### **Тема 7. Політичний маркетинг як наука та навчальна дисципліна**

Сутність поняття та смислове наповнення політичного маркетингу. Спільне та відмінне у політичному та класичному маркетингу. Концепція маркетингу Ф. Котлера. Типологія маркетингу: 1) комерційний (класичний); 2) некомерційний; 3) політичний (електоральний та адміністративний); 4) соціальний. Класифікація видів некомерційного маркетингу: 1) маркетинг державних некомерційних суб'єктів; 2) маркетинг недержавних некомерційних суб'єктів; 3) маркетинг фізичних осіб, які здійснюють некомерційну діяльність. Маркетинг політичного лідера і політичної організації.

#### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 1 [с. 13-48], 3 [с. 26-48].

*Додатковий:* 10 [с. 103-131], 14 [с. 31-82], 17 [с. 25-95], 18 [с. 35-65].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

### **Тема 8. Політичний маркетинг як сучасний вид політ технології.**

Маркетинг у політиці: теоретичні інтерпретації західних (М. Бонгран, М. Крозьє, Д. Ліндон, Г. Маузер, І. Шумпетер та ін.) та вітчизняних (В. Бебик, О. Заславська, В. Полторак та ін.) дослідників. Основні технології політичних маніпуляцій: паблік рілейшнз (PR), політична реклама та пропаганда. Маніпуляції як засіб приходу до влади, засіб реалізації влади, засіб збереження влади. Технічні прийоми маніпулювання. Маніпулятивний потенціал засобів масової інформації. Маніпуляції ЗМІ за допомогою масових опитувань громадської думки напередодні виборів. Роль засобів масової інформації як „четвертої” влади. Засоби масової інформації (ЗМІ) як розгалужена система установ, що здійснюють збирання, опрацювання та поширення інформації. Основні функції ЗМІ:

інформаційна; освітня; мобілізаційна; оперативна; соціалізації, критики і контролю. Маніпулятивні можливості політичної мови.

**Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 1 [с. 256-300], 3 [с. 126-248].

*Додатковий:* 11 [с. 113–178], 17 [с. 15-45], 18 [с. 15-45], 19 [с. 65-85], 20 [с. 65–80].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

**Тема 9. Політика як ринок: особливості та взаємодія суб'єктів**

Поняття політичного ринку, його основні структурні елементи. Дослідження політичного ринку. Поняття «політичного ринку» за Ф. Котлера. Політика як ринок: концепція «силової моделі» (Г. Лассуелл), концепція «ринкової моделі» (Дж. Кетлін), концепція «ігрової моделі» (Ф.Знанецький). Ринкові підходи в „теорії економічної та політичної рівноваги” (В. Парето) та у „конкурентній теорії демократії” (Й. Шумпетер). Агенти політичного ринку. Концепція "політичного поля" Бурдьє.

**Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 2 [с. 27-39], 3 [с. 45-57].

*Додатковий:* 14 [с. 113–132], 18 [с. 15-45], 19 [с. 15-45], 19 [с. 65-85], 21 [с. 65–80].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

**Тема 10. Політичний маркетинг та виборча кампанія. Політична реклама.**

Роль політичного маркетингу в організації виборчої кампанії. Політична реклама. Історія становлення політичної реклами. Структура і етапи створення політичної реклами. Основні елементи політичної реклами. Структура політичної реклами. Етапи створення політичної реклами як виду політичних комунікацій. Забезпечення необхідного результату політичної реклами. Концепції створення політичної реклами. Стратегія проведення рекламних політичних кампаній. Вибір ідеї як основи стратегії проведення рекламних політичних кампаній. Види і типи стратегій.

“Парадигма Клінтона—Буша”. Стратегії Єгорової—Гантмана і Плєшакова. Вибір оптимальної стратегії проведення рекламних політичних кам-паній. Форми, види і засоби політичної реклами. Маркетингові дослідження, виявлення “цільових груп” і сегментування ринку. Політична ідентифікація і позиціонування

#### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 1 [с. 27-39], 4 [с. 45-57].

*Додатковий:* 9 [с. 38–72], 13 [с. 63–92], 14 [с. 55-75], 16 [с. 15-45], 18 [с. 65-85], 19 [с. 65–80].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

### **Тема 11. Медіа-планування і медіа-менеджмент як елемент політичного маркетингу**

Мас-медіа як засіб реалізації маркетингових завдань і об’єкт маркетингової діяльності. Концепція медіа як основа її маркетингової стратегії. Місія, мета, задачі медіапідприємств. Основні методи й етапи розробки маркетингової стратегії. Складання брифу. Дослідження ставлення аудиторії до контенту. Особливості виміру аудиторії, панельні дослідження аудиторії. Вибір цільового сегменту, складання «профілю» цільового сегменту. Принципи розробки й складові ефективної платформи бренду. Моделі планування ідентичності бренду. Дистрибуція в системі маркетингу медіакомпаній. Канали дистрибуції в медіабізнесі: інтенсивна, селективна, ексклюзивна. Управління життєвим циклом медіапродукта.

#### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 4 [с. 17-76].

*Додатковий:* 10 [с. 18–29], 11 [с. 63–92], 20 [с. 55-75].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

### **Тема 12. Політичний брендинг та стратегії іміджелогії**

Поняття «імідж» і його різновиди (активний, пасивний, ситуативний, реальний, ідеальний; імідж самосприйняття та самоідентифікації кандидата). Типи іміджу політичного лідера: образ «людини з народу» або «свого хлопця»; імідж «справжнього лідера»; імідж «ідеального

політичного лідера» (ідеального президента чи ідеального народного депутата); імідж «доброго сім'янина»; імідж «місцевого жителя»; «діловий імідж»; «інтелектуальний імідж»; «політичний імідж»; «аристократ»; «знавець»; «господарник»; «бізнесмен»; «силовик»; «технократ-менеджер»; «жіночий імідж»). Політичний бренд і брендинг. Поняття політичного бренду. Взаємозв'язок бренду та репутації. Відмінність бренду від іміджу. Бренд як політичний капітал. Поняття «державного бренду» та носії національного бренду. Характеристики бренду: сила, асоціативна ємність, унікальність пропозиції та ін. Особливості персонального, партійного, державного і регіонального брендингу.

#### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний: 1 [с. 29-90].*

*Додатковий: 18 [с. 18–29], 19 [с. 13–50], 20 [с. 67-90], 21 [с. 73–80]*

*Інтернет-ресурси: 1-7*

#### **Тема 13. Громадська думка в політичному процесі.**

Політичне маркетингування громадської думки через прямі, опосередковані та спеціалізовані канали політичної комунікації. Особливості формування громадської думки за посередництвом мас-медіа (телебачення та радіомовлення, друкованих видань, мережі Інтернет) та особливих форм Інтернет-комунікації (соціальні мережі, блоги, форуми, Youtube, електронне листування тощо). Громадська думка як індикатор сприйняття громадськістю діяльності владних та політичних діячів. Громадська думка в процесі організації виборів. Громадська думка і передвиборна програма кандидата. Референдум і громадська думка. Роль громадської думки в процесах підготовки та прийняття рішень. Поняття пропаганди, PR та проблеми їх взаємодії з громадською думкою. Вплив пропаганди на процеси формування і функціонування громадської думки.

#### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний: 1 [с. 49-80], 3 [с. 19-54], 4 [с. 149-180]*

*Додатковий: 12 [с. 12–29], 13 [с. 31–58], 14 [с. 76-90], 21 [с. 20–60]*

*Інтернет-ресурси: 1-7*

## **Тема 14. Політичне консультування.**

Основні теоретичні підходи до визначення політичного консультування. Поняття, сутність та значення політичного консультування (консалтингу). Зарубіжний досвід політичного консалтингу та консультативні центри в Україні. Моделі та види політичного консультування. Разове та довгострокове консультування. Особливості групового та індивідуального консультування. Напрямки в області політичного консалтингу – планування, організація і проведення передвиборних кампаній. Основні методи маркетингу послуг і репутації консалтингової фірми – реклама; професійні виставки, семінари; професійні публікації; повідомлення в ЗМІ. Задачі політичного консультування. Основні вимоги до фаху політичного консультанта.

### **Список рекомендованих джерел:**

*Основний:* 2 [с. 10-40], 3 [с. 29-74].

*Додатковий:* 15 [с. 78–99], 17 [с. 81–90], 18 [с. 15-40].

*Інтернет-ресурси:* 1-7

## **5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ\***

### ***Основний:***

1. Бебик В.М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: навч. посібник. – К.: МАУП, 2012.
2. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент: підручник. Київ: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.
3. Парсяк, В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник. Херсон : Олді-Плюс, 2015. 326 с.
4. Шульга М. А., Зубчик О. А. Політичний менеджмент: навч. посіб. – К.: Академвидав, 2013. - 159 с.

### ***Додатковий:***

1. Агарков О. А. Соціально-політичний маркетинг: теоретичний і практичний аспекти: монографія / [О. А. Агарков]; за наук. ред. д-ра філос. наук, проф. В. М. Бебика. - Запоріжжя : Просвіта, 2012. - 314 с.
2. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. Підручник. – К.: МАУП, 1996. – 144 с.
3. Бокоч В. М. Електоральний маркетинг в політичному процесі: міжнародний досвід: монографія / Ужгород. нац. ун-т, Ф-т міжнар. відносин, Каф. міжнар. відносин. - Ужгород : Ліра, 2015. - 198 с.
4. Віннічук О. В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч. посіб. / О. В. Віннічук, О. В. Рибщун. - Кам'янець-Подільський : Рута, 2017. - 70 с.
5. Державне управління: підручник: у 2 т. / Ю. В. Ковбасюк, К.О.Ващенко, Ю. П. Сурмін. Дніпропетровськ: НАДУ, 2012. 564с.
6. Дяченко Т.О. Основи менеджменту і маркетингу: Курс лекцій. Київ: НАУ, 2004. 88с.



7. Електронне урядування у сучасному політико-адміністративному просторі: монографія / О. Ю. Кудрявцев. Харків: ХНУМГ ім. О.М.Бекетова, 2016. 184 с.
8. Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб./ Л. Е. Жуковська, Є. Г. Борисевич, Є. М. Стрельчук. Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. 148 с.
9. Кузь О. М. Виборчі технології в модерному електоральному процесі США та Україні: монографія / Олег Кузь, Ігор Поліщук, Тетяна Моторнюк. - Х. : ІНЖЕК, 2012. - 250 с.
10. Лікарчук Н. В. Політичний маркетинг: теорія і практика: монографія / Н.В. Лікарчук ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - К. : Вид-во НПУ ім.М. П. Драгоманова, 2012. - 355 с.
11. Мудра І. М. Маркетингові стратегії сучасних громадсько-політичних газет України: монографія; Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Л. : Дизайн- Студія "Папуга", 2014. - 234 с.
12. Немцов В.Д., Менеджмент організацій: навч. посібник. Довгань Л.Є., Сініок Г.Ф. – Київ: ТОВ „УВПК „Екс об”, 2002. - 392 с.
13. Перемога на виборах: технології, кампанії, принципи : практичний посібник / Городок М. Д., Карташов А. В., Романенко Є. О., Стасюк В. Ю. за заг. ред. М. Д. Городка – Київ : 2016. 264 с.
14. Полторак В. А. Політичний маркетинг: сутність, функції, проблеми використання: монографія; Дніпропетров. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. - Д. : Вид-во ДУЕП ім. А. Нобеля, 2010. - 152 с.
15. Сучасна українська політика: політики і політологи про неї. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2008. – Спецвипуск: Політичний менеджмент. – 364 с.
16. Сучасний виборчий PR : навч. посіб. / В. В. Лісничий, В. О. Грищенко, В.М. Іванов, М. В. Кінах. Сєверодонецьк : ЄВРІКА, 2001. 480 с.
17. Шубін С. П. Політичний маркетинговий аналіз: метод, теорія, практика: [монографія]; Миколаїв. держ. ун-т ім. В.О. Сухомлинського. - К. : Генеза, 2007. - 112 с.
18. Davies P. Winning Elections with Political Marketing / Philip Davies.. – 254 p.
19. Political management. The dance of government and politics. Jennifer Lees-Marshment 2021. – 244 p.

20. Political Marketing. Principles and Applications/Jennifer Lees-Marshment, Brian Conley, Edward Elder, Robin Pettitt, Vincent Raynauld, André Turcotte, 2019. - 286 p.
21. Robertson, C. Political Management. The Dance of Government and Politics by Jennifer Lees-Marshment. Journal of Public Affairs, 20(4), 1-2.

***Інтернет-ресурси:***

1. Виборчий кодекс України. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>
2. Загальна декларація прав людини від 10 грудня 1948 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>
3. Закірова С. Досягнення і втрачені можливості нового Виборчого кодексу України [Електронний ресурс] / С. Закірова // Громадська думка про правотворення. – 2020. – № 1 (186). – С. 5–15. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2020/1.pdf>.
4. Протокол до Конвенції про захист прав і основних свобод людини із поправками, внесеними відповідно до положень Протоколу No 11 від 20 березня 1952 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
5. Comparative Study of Electoral Systems. – <http://www.cses.org>.
6. Intergroup Dynamics and Electoral Politics. – Режим доступу: <https://www.frontiersin.org/research-topics/15696/intergroup-dynamics-and-electoral-politics>.
7. J.T.S. Madeley, in [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences](#), 2001. – Режим доступу: <https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/electoral-politics>.

\* *Курсивом визначено джерела, наявні в бібліотеці ДТЕУ*

**6. ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**програми дисципліни «Політичний менеджмент та маркетинг»**

|   |   |
|---|---|
| Погоджено   | Погоджено   |
| Завідувач кафедри філософії,<br>соціології та політології | Координатор громадської<br>організації «Фонд муніципальних<br>реформ «Магдебурзьке право» |
| _____ А.А. Кравченко                                      | _____ О.М. Поживанов  |
| «__» _____ 2022 р.  | «__» _____ 2022 р.  |

|  |                    |
|--|--------------------|
| Погоджено  | Погоджено          |
| Гарант освітньої програми<br>«Політологія міжнародних<br>відносин» |                    |
| _____ А.М. Міщенко   | _____              |
| «__» _____ 2022 р.   | «__» _____ 2022 р. |