

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет суспільно-гуманітарних наук
Кафедра політології та соціології

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни
«Політичний менеджмент і маркетинг»

Курс - 2, семестр – 4
спеціальність – 052 Політологія,
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Форма проведення:

Письмова. Білети розміщені у системі ЕНК <https://elearning.kubg.edu.ua/mod/assign/view.php?id=386134>. Можливість відповіді активізується під час проведення іспиту – за розкладом. Студентам буде запропоновано білети, що складаються з 1 теоретичного питання та 1 практичного завдання. Критерій вибору теоретичного питання зазначається безпосередньо на початку проведення іспиту. Під час складання іспиту студент має вийти на відео зв'язок на платформі HangoutsMeet із включеною камерою та мікрофоном.

Тривалість проведення:

80 хвилин.

Максимальна кількість балів:

40 балів. З них: за відповідь на теоретичне питання – 10 балів, виконання практичного завдання 30 балів.

Перелік допоміжних матеріалів:

відсутній.

Критерії оцінювання:

Рейтингова оцінка	Оцінка за тестування	Значення оцінки
А	37-40 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
В	31-36 балів	Дуже добре - достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
С	26-30 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок

D	21-25 балів	Задовільно - посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	16-20	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	10-15 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	0-9 б.	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

Орієнтовний перелік теоретичних питань:

1. Зростання ролі політичного менеджменту в сучасних умовах.
2. Види політичного менеджменту.
3. Політичний менеджмент і етичні проблеми.
4. Значення теоретичних методів для опису та пояснення політичного менеджменту.
5. Аналітичне конструювання ситуацій.
6. Модель політичної взаємодії.
7. Мотивація політичної дії: основні напрямки дослідження.
8. Основні завдання управління мотивацією в політичному менеджменті.
9. Основні завдання управління комунікаційними процесами.
10. Сегментування політичного ринку.
11. Поняття лобізму. Його сутність.
12. Предмет лобіювання. Форми і методи лобіювання
13. Процедура організації лобістської діяльності
14. Особливості лобізму на пострадянському просторі.
15. Поняття «імідж». Його роль в політиці.
16. Принципи і прийоми формування іміджу політичного діяча.
17. Імідж як процес політичної комунікації.
18. Постановка ключових проблем виборчої кампанії.
19. Фактори виборчої кампанії. Аналіз попередніх виборів.
20. Політична реклама. Передвиборча агітація.
21. Сутність та специфіка політичного маркетингу у політичній сфері.
22. Маркетингові технології виявлення громадянської думки.
23. Еволюція наукових поглядів на політичний маркетинг.
24. Функції політичного маркетингу.
25. Види політичного маркетингу.
26. Державний політичний маркетинг.
27. Соціальний маркетинг.
28. Міжнародний політичний маркетинг
29. Методи дослідження політичного ринку.
30. Інноваційний та ефективний метод дослідження політичних процесів.

31. Політичний ринок та його складові.
32. Економічні, соціальні, політичні, психологічні, демографічні чинники впливу на стан політичного ринку.
33. Політичний маркетинг під час передвиборчої кампанії та у міжвиборчий період.
34. Політичні партії та організації в системі функціонування політичного ринку.
35. Мас-медіа як основний інструмент зв'язків з громадськістю.
36. Засоби використання ЗМІ та результатів опитувань.
37. Створення інформаційних приводів.
38. Особливості створення політичних брендів.
39. Роль політичних партій та груп інтересів на нинішньому етапі розвитку України.
40. Характеристика рівня застосування технологій політичного маркетингу в Україні (на прикладі виборчих кампаній).

Практичне завдання:

Навести приклад використання прийомів політичного маркетингу в Україні. Вказати мету, завдання та способи реалізації. Зазначити сильні та слабкі сторони. Спираючись на проведений аналіз запропонувати рекомендації по вдосконаленню наведених прийомів політичного маркетингу в Україні. Приклади та їх аналіз повинні бути унікальними.

Завідувач кафедри



д.політ.н., доцент Т.К.Пояркова

Екзаменатор



к.політ.н., доцент Г.А.Лавриненко

***Протокол засідання кафедри політології та соціології
№ 12 від «30» квітня 2024 р.***