



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політологія

| | |
|--|---|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) |
| Код та назва спеціальності, галузь знань | D5 Маркетинг D Бізнес, адміністрування та право |
| Тип та назва освітньої програми | Освітньо-професійна програма «Маркетинг» |
| Статус навчальної дисципліни | Обов'язкова компонента (ОК-2) |
| Курс, семестр викладання | 1 курс, 1 семестр |
| Трудомісткість навчальної дисципліни | 6 кредити ЄКТС (180 академічних годин), з них: денна (очна) форма навчання: лекц. – 40 год., практич. зан. – 26 год., самост. роб. – 114 год.; заочна форма навчання: лекц. – 20 год., практич. зан. – 16 год., самост. роб. – 144 год. |
| Мова викладання | Українська |
| Кафедра | Журналістики, суспільних комунікацій і ІТ-права |
| Факультет | Бізнесу та соціальних комунікацій |

Розробники силабусу



ЯТВЕЦЬКА Ганна Володимирівна,
доцент кафедри журналістики, соціальних
комунікацій і ІТ-права, кандидат соціологічних
наук, доцент
E-mail: hanna_yatvetska@gmail.com
Тел.: +380504168148

Консультації: щопонеділка з 12⁰⁰ до 13⁰⁰ год.,
каб. 325 (головний корпус)



КОКОРЕВ Олексій Вікторович
В. о. завідувача кафедри журналістики, соціальних
комунікацій та ІТ-права, доктор політичних наук,
доцент
E-mail: kokorev@ukr.net
Тел.: +380 67 736 59 75

Консультації: щопонеділка з 12⁰⁰ до 14⁰⁰ год.,
каб. 325 (головний корпус)

| | |
|--|---|
| Мета дисципліни | – формування системних знань про політичні системи, інститути, процеси та владні відносини, а також розвиток практичних навичок використання політологічного інструментарію для аналізу політичних ризиків, регуляторного середовища та електоральних настроїв. Це дозволить якісно та ефективно проводити політико-орієнтовані дослідження в інтересах маркетингу та PR з оптимальними витратами ресурсів. |
| Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна | ЗК-1. 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. ЗК-2. 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. |
| Програмні результати навчання | ПРН-15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПРН-6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН-18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. |

Програма навчальної дисципліни

| | |
|--|---|
| Тема 1. Політологія як наука про владу та середовище бізнесу | Поняття, предмет та функції політології. Місце політології в системі суспільних наук (зв'язок з економікою, соціологією, правом). Політична влада та її ресурси. Політичне середовище як фактор маркетингового макросередовища. Політичні ризики для бізнесу та маркетингової діяльності. |
| Тема 2. Етапи маркетингового дослідження Держава та політичні інститути як регулятори ринку | Поняття держави, її функції та форми правління. Поділ влади: законодавча, виконавча, судова. Роль державних інститутів (міністерства, регуляторні органи) у формуванні правил гри на ринку. Поняття GR (Government Relations) та його значення для великого бізнесу. Маркетинг та лобіювання інтересів. |
| Тема 3. Політична культура та її вплив на споживчу поведінку | Поняття політичної культури, її типи та рівні. Вплив політичної культури на рівень довіри до інститутів, етичні стандарти та ставлення до іноземних товарів. Політична соціалізація громадян. Регіональні особливості політичної культури в Україні та їхня роль у сегментації ринку. |
| Тема 4. Політичні ідеології та їхнє | Поняття та функції політичних ідеологій (лібералізм, консерватизм, соціалізм, націоналізм). Ідеологічна поляризація суспільства та її вплив на формування ціннісних сегментів споживачів. Використання ідеологічних маркерів та символіки |

| | |
|--|--|
| відображення у брендингу | в політичному маркетингу та комерційному брендингу. |
| Тема 5. Політичні партії та групи інтересів | Поняття та функції політичних партій. Типологія партійних систем. Групи інтересів (профспілки, бізнес-асоціації, громадські організації) та їхній вплив на законодавчий процес. Аналіз стейкхолдерів у політичному полі. Взаємодія маркетингових комунікацій із партійними програмами.. |
| Тема 6. Електоральна поведінка та політичний маркетинг | Поняття електоральної поведінки та фактори її формування (соціальні, психологічні, політичні). Виборча система та її вплив на стратегії партій. Поняття політичного маркетингу: стратегії, сегментація виборців, позиціонування кандидатів. Технології залучення виборців. |
| Тема 7. Політична комунікація, PR та формування іміджу | Поняття політичної комунікації, її суб'єкти та канали. Роль медіа (традиційних і нових) у політичному процесі. Технології формування позитивного політичного іміджу та репутації. Кризові комунікації в політиці. Принципи співпраці маркетологів з політичними PR-службами. |
| Тема 8. Політична маніпуляція, популізм та інформаційні війни | Сутність політичної маніпуляції та її методи (пропаганда, "фейкові новини", чорний PR). Поняття популізму та його прояви в економічній політиці. Інформаційні та психологічні операції, їхній вплив на суспільну думку. Розпізнавання та протидія маніпулятивним технікам у сфері комунікацій. |
| Тема 9. Соціально-політичні рухи, протести та суспільна думка | Поняття соціально-політичного руху, його структура та фази розвитку. Причини та функції протестної поведінки. Вимірювання суспільної думки (опитування, індекси довіри). Роль соціальних рухів у формуванні вимог до бізнесу (наприклад, екологічних, правозахисних). |
| Тема 10. Глобалізація та міжнародні політичні інститути | Поняття глобалізації та її політичні наслідки. Роль міжнародних інститутів (ООН, ЄС, НАТО, Світова організація торгівлі) у регулюванні міжнародної економічної діяльності. Міждержавні конфлікти та їхній вплив на глобальні ринки та ланцюги постачання. |
| Тема 11. Методи політичного аналізу для маркетингових цілей | Застосування PEST-аналізу (Political, Economic, Social, Technological) для оцінки ринкового середовища. Методика аналізу політичних ризиків. Контент-аналіз політичних документів та виступів. Використання соціологічних даних для прогнозування політичної стабільності. |
| Тема 12. Етика та соціальна відповідальність у політичному маркетингу | Етичні стандарти та відповідальність маркетолога у політичній сфері. Баланс між ефективністю кампанії та суспільними інтересами. Роль соціальної відповідальності бізнесу (CSR) як інструменту управління політичною репутацією. Законодавчі обмеження у сфері політичної реклами. |

Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

Інтерактивні § Наочно-демонстраційні дидактичні комплекси до тем, що вивчаються в межах дисципліни (схеми, таблиці, графіки, діаграми; зображення, фотографії; відеоролики; стрічки новин чи подій тощо).

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <p>§ Відповіді на запитання і опитування думок здобувачів освіти (дискусії, дебати, полеміки), зокрема застосовуються методи «Гарвардська дискусія», «5 Чому», «Воронка больових точок» та ін.</p> <p>§ Аналіз історій і ситуацій – методи «Кейс-стаді», «Мозковий штурм», «Фішбоун» та ін.</p> <p>§ Відпрацювання навичок та робота в групах. Це два тісно взаємопов'язані методи, котрі допомагають здобувачам освіти практикувати одночасно і необхідні профільні навички, і вміння працювати в команді. Зазвичай група складається з 2-6 осіб.</p> <p>§ Застосовуються нові форми роботи з інформацією: складання ментальних карт, відеооглядів, скрайбінг, портфоліо і т. ін.</p> |
| Практичні | <p>§ Вправи. Різні практичні завдання, які застосовуються на будь-якому етапі навчального процесу і допомагають задіювати інтелектуальні, комунікативні та пошукові здібності здобувачів освіти. Вони можуть включати відповіді на запитання, розв'язання задач, виправлення помилок, складання порівняльних таблиць, графіків і т.п.</p> <p>§ Творчі роботи. Мета таких робіт – розвиток творчого мислення, ерудиції, логіки, вміння комбінувати різні знання і техніки. Ці способи навчання охоплюють: проведення власних досліджень, а також написання рецензій, відгуків, статей, творів, створення макетів, ілюстрацій, програм та багато іншого.</p> |
| Методи дистанційного навчання | <p>§ Відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок здобувачів освіти з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Zoom, Moodle, Google Meet та ін.</p> <p>§ Онлайн дискусії;</p> <p>§ Індивідуальне і групове консультування (викладач дає додаткові роз'яснення щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання);</p> <p>§ Відеозаписи лекцій і практичних занять;</p> <p>§ Квізи (проведення бліц-опитування із застосуванням Google Форм) тощо.</p> |

Стратегія оцінювання результатів навчання

| | |
|--|--|
| Змістовий контент результатів навчання з дисципліни | <p>Результати навчання з даної дисципліни, які здобувач може продемонструвати та які можна ідентифікувати, оцінити і виміряти, розглядаються у вимірах 6 рівня Національної рамки кваліфікацій, що відповідає першому циклу вищої освіти Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, а саме:</p> <p>Знання – принципів функціонування політичної системи та її інститутів; основних законодавчих та регуляторних обмежень у сфері комерційної та політичної реклами; міжнародних та національних етичних стандартів політичного маркетингу; механізмів впливу політичних трендів, ідеологій та популізму на цільові аудиторії та економічні рішення;</p> <p>Уміння/навички – проводити аналіз політичних ризиків (зокрема PEST-аналіз) для прогнозування змін у ринковому середовищі; обирати стратегії комунікації, що відповідають етичним нормам та принципам соціальної відповідальності бізнесу (CSR); аналізувати політичну культуру та електоральну поведінку для сегментації ринку; формувати рекомендації щодо GR-стратегій та взаємодії з державними регуляторами; Комунікація – підвищення рівня комунікативної компетентності у сфері політичного та соціально відповідального маркетингу, зокрема в контексті обговорення етичних дилем, регуляторних обмежень та політичних ризиків з колегами, представниками бізнесу, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами; Відповідальність та автономія – мотивування на активну участь у процесі розробки етичних комунікаційних кампаній та</p> |
|--|--|

| | |
|---|--|
| | PR-стратегій, що враховують суспільні інтереси та законодавчі вимоги, з усвідомленням власної відповідальності за політичну та соціальну репутацію компанії. |
| Критерії оцінювання | <p>Академічні успіхи здобувачів освіти в межах даної дисципліни оцінюються за бально-рейтинговою шкалою (максимальна кількість – 100 балів), що прийнята в ДУІТЗ, з обов’язковим переведенням кількості балів в оцінки за національною шкалою та за шкалою ECTS.</p> <p>Відмінно (А) – від 90 до 100 балів – здобувач у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі або не менше 90% завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни.</p> <p>Дуже добре (В) – від 82 до 89 балів – здобувач досить повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань допускаються при цьому окремі несуттєві неточності. Правильно вирішив 80-89% письмових завдань.</p> <p>Добре (С) – від 74 до 81 балів – здобувач достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив 74-81% письмових завдань.</p> <p>Задовільно (D) – від 64 до 73 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але з не зовсім глибоким та всебічним аналізом, обґрунтуванням та аргументацією, з недостатнім використанням необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі неточності та помилки. Правильно вирішив 64-73% письмових завдань.</p> <p>Задовільно (E) – від 60 до 63 балів – здобувач в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 60-63% письмових завдань.</p> <p>Незадовільно з можливістю повторного складання (FX) – від 35 до 59 балів – здобувач не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, стисло без аргументації та обґрунтування викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, поверхово розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив 35-59% письмових завдань.</p> <p>Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни (F) – від 0 до 34 балів – Здобувач частково володіє навчальним матеріалом, не у змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив 1-34% письмових завдань.</p> |
| Форма та методи контролю начальних | <p>Контроль успішності навчання здобувачів освіти здійснюється на засадах відкритості та академічної доброчесності. В межах даної дисципліни передбачено два види контролю: поточний (<i>тематичний, рубіжний</i>) та підсумковий (<i>семестровий</i>).</p> <p>Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних занять; виконання завдань самостійної</p> |

| | |
|------------------|---|
| досягнень | <p>роботи; складання тематичних контрольних робіт, тестів, тощо. Поточний контроль спрямований на перевірку: рівня підготовленості здобувача до занять; активності під час обговорення навчального матеріалу; якості виконання індивідуальних, практичних, і текстових завдань; своєчасності та повноти виконання самостійної роботи. Результат поточного оцінювання є середньоарифметичним значенням отриманих балів за всі виконання самостійної роботи під час аудиторних (практичні, семінарські) занять та завдання, що виконуються під час самостійної роботи.</p> <p>До підсумкового контролю допускаються здобувачі, які за результатами поточного оцінювання набрали не менше 60 балів.</p> <p>Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену, який передбачає перевірку рівня теоретичних знань, практичних умінь і навичок, а також здатності їх застосовувати у професійній діяльності.</p> |
|------------------|---|

Політика навчальної дисципліни

| | |
|---|--|
| Відвідування | Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни згідно академічного розкладу. Присутність на практичних заняттях та контрольних заходах (екзамен) є обов'язковою. Важливим є своєчасне виконання індивідуальних завдань в межах самостійної роботи, передбачених програмою дисципліни. |
| Дотримання принципів академічної доброчесності | Підготовка усіх завдань, письмових робіт і т. ін., що виконуються в межах дисципліни, здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Викладач має право для перевірки робіт застосовувати різні програмні засоби. |
| Умови зарахування пропущених занять | Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни можливо до початку екзаменаційної сесії. Процедура узгоджується з викладачем, згідно його розкладу консультацій. |
| Інші умови | Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle |

Рекомендовані джерела інформації

| | |
|---|--|
| Базові підручники та навчальні посібники | <ul style="list-style-type: none"> § Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 472 с. § Політологія: підручник / М.П. Требін, Л.М. Герасіна, І.О. Поліщук, О.М. Сахань; за ред. М.П. Требіна. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2018. 462 с. § Рудич Ф.М. Політологія: підручник. 3-тє вид., переробл. і допов. Київ: Либідь, 2009. 480 с. § Неліпа Д.В. Системний аналіз в політології: теорія, методологія, практика. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 312 с. § Kellstedt P.M., Whitten G.D. Fundamentals of political science research. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 316 p. § Наш парламент: досліджуємо, розуміємо, впливаємо: метод. посіб. з парламентської просвіти для роботи з дітьми і молоддю в системі загальної середньої та позашкільної освіти / М. Гриньова, І. Іванюк, Л. Паращенко, Л. Юрчишин; за наук. ред. Л. Паращенко. Київ: Майстер Книг, 2023. 248 с. URL: https://surl.luhlib.gov.ua/bfbgfy § Скрипникова Л.В., Тутік Л.С., Гринчак М.О. Політологія: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 272 с. |
|---|--|

| | |
|---|--|
| Методичні рекомендації та розробки викладачів дисципліни | § Кокорев О.В. Політологія: конспект лекцій. Одеса: ДУІТЗ, 2025. 83 с. |
| Інформаційні ресурси | § Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. URL: https://www.rada.gov.ua § Кабінет Міністрів України: офіційний веб-сайт. URL: https://www.kmu.gov.ua § International Foundation for Electoral Systems (IFES): веб-сайт. URL: https://ifes.org/ukraine § Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE): веб-сайт. URL: https://www.osce.org § National Democratic Institute (NDI): веб-сайт. URL: https://www.ndi.org § International Republican Institute (IRI): веб-сайт. URL: https://www.iri.org § Freedom House: веб-сайт. URL: https://freedomhouse.org § The Economist Intelligence Unit. Democracy Index: веб-сайт. URL: https://www.eiu.com |

| | | | |
|--|---|---|-----------------|
| Рік введення силабусу – 2025 р. | Затверджено рішенням кафедри журналістики, суспільних комунікацій і ІТ-права (Протокол від 26 08 2025 р. № 1) | | |
| | В.о.завідувача кафедри |  | Олексій КОКОРЕВ |
| | Гарант освітньої програми |  | Олена ЧУКУРНА |
| | Викладачі: |  | Ганна ЯТВЕЦЬКА |
| | |  | Олексій КОКОРЕВ |