

### **Приклади питань контрольної роботи:**

1. Порівняльний аналіз ринкової та командної концепції політичного поля
2. Обґрунтування типології електоральних іміджів
3. Соціологічні та технологічні координати позаелекторального маркетингу

### **Приклад екзаменаційного білету:**

1. Політична поведінка і її вивчення в соціально-політичному маркетингу (15 балів)
2. План виборчої кампанії: етапи, елементи (15 балів)
3. ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ: здійснити аналіз СПМ-технології – наприклад, агітаційного плакату (10 балів)

### **Орієнтовні тематичні напрями екзаменаційних питань:**

1. Політика як ринок: що маємо вивчати
2. Політика як товарна сфера: різновиди товарів, їхнє виробництво
3. Теоретичне підґрунтя ринкового розуміння політики: основні автори
4. Політична поведінка і її вивчення в соціально-політичному маркетингу: теоретичні інтерпретації (загальний огляд)
5. Типи політичної участі за Л. У. Мілбратом
6. Базова, когнітивна та ціннісна моделі участі (виборця)
7. Протестна поведінка: конвенційні та неконвенційні типи. Абсентеїзм
8. Моделі пояснення політичної поведінки та їхні обмеження
9. Соціологічна модель політичної поведінки
10. Соціально-психологічна модель політичної поведінки
11. Модель раціонального вибору у вивченні політичної поведінки
12. Концепція «маніпуляції свідомістю» у соціально-політичному маркетингу

13. Соціально-політична свідомість: рівні, компоненти, ефекти
14. Механізм формування політичної електоральної поведінки: фільтри та рівні
15. Фактори політичної поведінки: схема
16. Оболонковий імідж та іміджи-маски
17. Слогани та гасла: правила розробки та використання
18. Стратегії пропаганди в електоральній СПМ-кампанії
19. Технології дослідження передвиборної ситуації
20. Стратегічні лінії політмаркетингової кампанії
21. Рейтингові дослідження, їхні види
22. Ресурси СПМ-кампанії
23. План виборчої кампанії: етапи, елементи, календар
24. Прийоми «інтенсифікації зусиль» у СПМ-технологіях
25. Маркетингові (м'які, партнерські) технології у СПМ-кампаніях
26. Антимаркетинг у СПМ