**ЗАПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ**

1. Виборча кампанія. Моделі та типи виборчої кампанії.
2. Цілі, завдання, принципи та факторивиборчоїкампанії.
3. Cучасні підходи організації та проведення передвиборчих і виборчих кампаній.
4. Організаційно-структурні основи передвиборних і виборчих кампаній.
5. Етапи виборчої кампанії.
6. Електоральні ресурси. Матеріальні та нематеріальні ресурси виборчої кампанії. Адекватність ресурсів поставленим цілям.
7. Базові та похідні електоральніресурси.
8. Фондрайзінг. Способи збору коштів на виборчу кампанію.
9. Фактори успіху виборчої кампанії. Установка кампанії (коефіцієнт перемоги).
10. Стратегія та тактика виборчої кампанії. Складові виборчої стратегії.
11. Різновиди виборчих стратегій.
12. Стратегічне планування. Етапи планування.
13. Моделі планування в політичному маркетингу.
14. Політичний та виборчий маркетинг. Зовнішнє середовище виборчої кампанії.
15. Виборча спільнота та її налаштованість.
16. План-графік виборчої кампанії. Рекламна кампанія та рекламна стратегія. Графік розміщення реклами.
17. Медіа-план виборчої кампанії.
18. Бюджет виборчої кампанії. “Ціна кандидата”.
19. Тактика виборчого ПР.
20. Забезпечення безпеки виборчої кампанії.
21. День виборів. Контроль за виборами.
22. Менеджмент виборчої кампанії.
23. Підходи до організації та функціонування виборчого штабу. Виборчий штаб та його структура. “Кухонний кабінет”
24. Керівник (менеджер) виборчої кампанії, начальник виборчого штабу.. Виборча команда. Умови її підбору.
25. Аналіз конкурентів. Моніторинг діяльності конкурентів.
26. Добровольці: їх залучення та методи роботи з ними. Підготовка, організація та правила роботи агітаційної команди.
27. Кампанія “Від дверей до дверей”.
28. Форми, методи і прийоми впливу на електорат.
29. Політична реклама та її види. Ефективність реклами.
30. Пропаганда й агітація: їх правова регламентація.
31. Підготовка передвиборчої пропаганди. Типи контактів з виборцями. “Ходіння в народ”.
32. Організація зустрічей з виборцями. Визначення порядку денного.
33. Публічний виступ. Підготовка кандидата до виступу перед виборцями.
34. Форми виборчої агітації.
35. Друковані матеріали передвиборної агітації: їх види та вимоги до них.
36. Візуальна реклама. Її види та правила використання.
37. Форми виборчої агітації в ЗМІ.
38. Теле- та радіорекламування.
39. Мас-медіа і вибори. Доступ до ЗМІ під час виборів. Законодавче регулювання виборчої агітації в ЗМІ.
40. Правила виборчої комунікації. Ньюзмейкінг. Підготовка матеріалів для ЗМІ.
41. Електронні ЗМІ. Інтернет і вибори.
42. Сучасні інформаційні технології у виборчій кампанії. Інформаційна війна.
43. Інформаційні хвилі виборчої кампанії.
44. Психологічні основи виборчої кампанії.
45. Кандидат у депутати. Ринок кандидатів. Попит на кандидата.
46. Особисті якості кандидата (особистісні ресурси) кандидата. Якість кандидата.
47. Імідж та його різновиди. Оптимізація іміджу. Іміджологія.
48. Образ кандидата. Типаж кандидата.
49. Символ. Міф. Іміджеві легенда.
50. Іміджеві стратегії. Технології “розкрутки” міфу та ідеї.
51. Теле- та радіоімідж. Вимоги до теле- та радіовиступів та інтерв’ю.
52. Імідж політичного лідера та політичної партії
53. Формування позитивного іміджу лідера чи партії (блоку).
54. Класифікація та характеристика передвиборчих та виборчих технологій.
55. “Чисті” та “брудні” виборчі технології.
56. Офіційні (законні) та неофіційні (незаконні) виборчі технології.
57. ПР-технології. Види виборчого ПР.
58. Адміністративний ресурс у виборчій кампанії.
59. Спеціальні форми та методи впливу на електорат.
60. Психотехнології. Психологічні війни.
61. Маніпулювання свідомістю. Нейролінгвістичне програмування.
62. Поведінка кандидата в умовах компрометуючого впливу.
63. Правила оборони у виборчих кампаніях. Спін-технології.
64. Базові та диференційні виборчі технології.
65. Технологія переконання.
66. Технологія навіювання.
67. Технологія наслідування.
68. Технологія психологічного зараження.
69. Технологія установок.
70. Технологія використання й формування стереотипів.
71. Технологія залякування.
72. Технологія зміни мотивації.
73. Технологія емоційного тиску.
74. Технологія впливу через конкретні події (факти).
75. Технологія компромату.
76. Технологія ”переключення уваги”.
77. Технологія ставки на “переможця”.
78. Психологічна операція як специфічна технологія.
79. Технологія ”рейтингів”.
80. Технологія “клонування”.
81. Технологія виведення з психічної рівноваги.
82. Технологія дезорганізації передвиборної та виборної кампанії.
83. Технологія ототожнення.
84. Технологія з “напарником”.
85. Соціологічні виборчі технології.
86. Виборче мистецтво, виборчі заповіді Сегела.
87. Зарубіжні та вітчизняні школи виборчого PR.
88. Виборчі технології на пострадянському просторі.
89. Виборчі технології в українській виборчій практиці.