

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИСТОРИКО-АРХИВНЫЙ ИНСТИТУТ

ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИИ, ПОЛИТОЛОГИИ И ПРАВА

Кафедра теоретической и прикладной политологии

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 41.03.04 – Политология

Направленность «Государственная политика и управление; политический менеджмент»

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Политический менеджмент
Рабочая программа дисциплины

Составитель:
канд. полит. наук, доц. *А.Л. Зверев*

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры теоретической
и прикладной политологии

№ 1 от 31.08.2020 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: изучить менеджерские подходы к политике, структуру и содержание управления политическими процессами в российской и мировой практике; научить студентов самостоятельно разрабатывать и реализовывать политические технологии в государственном и общественно-политическом секторе.

Задачи:

- 1) характеристика проблемного поля и современного состояния научных исследований в области политического менеджмента, изучение ключевых концепций современного менеджмента и политического менеджмента, теоретических оснований, методов, типов и форм политического управления и политического менеджмента;
- 2) анализ актуальных и эффективных менеджерских технологий в политике, реализуемых в государственном секторе, политических партиях, общественно-политических организациях и др.;
- 3) изучение проблемы постановки и решения политических задач как инструмента политической деятельности;
- 4) формирование навыков управления политическими проектами и технологиями политического управления;
- 5) овладение студентами навыками реализации современных менеджерских политических технологий (имиджевые, позиционирование политических акторов, продвижение политических проектов и лидеров, коммуникативных кампаний, избирательных кампаний, переговорных и др.);
- 6) приобретение студентами навыков работы в команде.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-4. Способен устанавливать причинно-следственные связи, давать характеристику и оценку общественно-политическим и социально-экономическим событиям и процессам, выявляя их связь с экономическим, социальным и культурно-цивилизационным контекстами, а также с объективными тенденциями и закономерностями	ОПК-4.1. Владеть базовыми и специальными знаниями и навыками теоретического и прикладного характера в области политических наук	<i>Знать:</i> структуру и содержание технологий политического анализа, консультирования, лоббирования, постановки и решения политических задач, ведения политических переговоров, подготовки и проведения избирательной кампании; методику проведения прикладного исследования политического процесса. <i>Уметь:</i> самостоятельно проводить прикладные политологические исследования социокультурных, экономических, собственно политических процессов в рамках обеспечения деятельности руководителя организации при исполнении своих профессиональных обязанностей. <i>Владеть:</i> методиками применения результатов прикладного политологического анализа,

<p>комплексного развития на глобальном, макрорегиональном, национально-государственном, региональном и локальном уровнях</p>		<p>обработки и интерпретации информации для построения рациональных технологий в разработке и реализации политических технологий и проектов.</p>
<p><i>ОПК-6.</i> Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности</p>	<p><i>ОПК-6.2.</i> Выполнять базовые функции сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ.</p>	<p><i>Знать:</i> основное содержание функциональных обязанностей сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ.</p> <p><i>Уметь:</i> подготавливать к распространению служебную документацию (письма, обращения, служебные записки, ответы на входящие запросы, другие тексты по общественно-политической проблематике) в соответствии со своими базовыми функциями сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ.</p> <p><i>Владеть:</i> прикладными навыками составления служебной документации (письма, обращения, служебные записки, ответы на входящие запросы, другие тексты по общественно-политической проблематике) в соответствии со своими базовыми функциями сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических</p>

		объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ.
<i>ОПК-6.</i> Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности	<i>ОПК-6.3.</i> Знать основы организационной культуры: ценности, нормы, принципы деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, язык и стиль общения в деловой среде.	<i>Знать:</i> проектные технологии организации политического процесса, исходя из существующих ценностей, норм, принципов деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, языка и стиля общения в деловой среде; организационную специфику применения политических технологий в современной России. <i>Уметь:</i> разрабатывать и реализовывать прикладные политические технологии и проекты, исходя из сложившихся основ организационной культуры: ценностей, норм, принципов деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, языка и стиля общения в деловой среде применения политических технологий. <i>Владеть:</i> проектными технологиями организации политического процесса, исходя из существующих ценностей, норм, принципов деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, языка и стиля общения в деловой среде.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Политический менеджмент» относится к обязательной части учебного плана бакалавриат по направлению подготовки: 41.03.04 – Политология, направленность «Государственная политика и управление; политический менеджмент».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Менеджмент», «Политический анализ и прогнозирование», «Политический процесс в современной России», «Государственная политика и управление», «Политическая коммуникация», «Политический маркетинг».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Глобальное управление и политическое проектирование», «Современные политические партии и движения», «Политологический анализ средств массовой информации», «Политическое консультирование».

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 228 часов, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 84 ч., самостоятельная работа обучающихся 126 ч., промежуточная аттестация – 18 ч.

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости
				лекции	практ. занятия	семинары	самост. работа	
	Раздел 1. Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности политолога (теория, методология, терминологический аппарат, прикладная политическая аналитика)	6						
1	Тема 1. Введение в дисциплину. Политический менеджмент в структуре политического и государственного управления	6	1	2	–	2	4	Устный опрос по плану семинара
2	Тема 2. Предмет и методы политического менеджмента	6	2-3	4	–	4	12	Устный опрос по плану семинара
3	Тема 3. Политический проект и политическая кампания: понятия, виды и структура	6	4-6	4	–	6	16	Устный опрос по плану семинара Тестирование
4	Тема 4. Прикладной политологический анализ	6	6-9	4	–	6	16	Устный опрос по плану семинара Контрольная работа
5	Тема 5. Разработка и реализация политических решений	6	8-12	4	–	6	24	Устный опрос по плану семинара

	Всего: 114			18	–	24	72	
	Раздел 2. Менеджерские технологии в современной политике							
1	Тема 1. Управление процессами политической социализации, мобилизация и политического участия	7		2	–	2	4	Устный опрос по плану семинара Презентация решения кейса
2	Тема 2. Управление политическими конфликтами	7		4	–	4	10	Устный опрос по плану семинара Презентация решения кейса
3	Тема 3. Технологии политического лоббирования и GR – технологии	7		2	–	4	8	Устный опрос по плану семинара Тестирование Презентация решения кейса
4	Тема 4. Коммуникативные технологии в политике	7		4	–	4	10	Устный опрос по плану семинара Контрольная работа Презентация решения кейса
5	Тема 5. Технологии управления политическими событиями и политической повесткой дня	7		2	–	4	8	Устный опрос по плану семинара Презентация решения кейса
6	Тема 6. Управление избирательной кампанией	7		4	–	6	14	Устный опрос по плану семинара Презентация решения кейса
							18	Промежуточная аттестация (экзамен)
	Всего: 114			18	–	24	72	
	Всего по курсу: 228			36	–	48	144	

3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности политолога (теория, методология, терминологический аппарат, прикладная политическая аналитика)

Тема 1. Политический менеджмент в структуре политического и государственного управления

Введение в дисциплину.

Объект, предмет, структура, задачи и методы политического управления. Теоретические основания политического управления (теории сложных организаций; теории общественного выбора, теории рационального выбора, теории игр, теории реализации политических решений; теории политической системы, теории политической культуры). Исследовательские подходы: институциональный; политико-экономический; управленческий.

Политический курс (policy) и управление публичной политикой (politics и policy). Политико-управленческий цикл: формирование и формулирование повестки дня, принятие решений, реализация и оценка политики).

Внешняя среда как фактор публичной политики. Типология акторов публичной политики (индивидуальные, коллективные, государственные, негосударственные, влиятельные, маргинальные). Институциональные факторы и инструменты публичной политики. Институты и модели взаимодействия акторов в процессе осуществления публичной политики. Понятие и классификации инструментов публичной политики. Выбор инструментов политики при реализации политических решений.

Корпоративное, административно-политическое и политико-административное управление. Критерии эффективности политического управления. Типы и формы политического управления.

Тема 2. Предмет и методы политического менеджмента

Менеджмент как наука: предмет, подходы и теоретическая база. Менеджмент в структуре политологического знания. Политический менеджмент как научная дисциплина. Предмет политического менеджмента и его место среди общепрофессиональных и специальных дисциплин. Источники и историография курса. Проблемное поле и современное состояние научных исследований в области политического менеджмента.

Соотношение понятий «политический менеджмент», «политическое управление», «управление политикой», «политический инжиниринг», «политический маркетинг», «политическое моделирование и прогнозирование».

Политический менеджмент и политический процесс: управление процессами политического участия, политического поведения, политической социализации и др. Становление политического менеджмента в России: проблемы и перспективы.

Политический маркетинг в политическом менеджменте. Понятия «политический рынок» «политический товар», «политическая услуга». Методы изучения политического рынка, технологии создания политического товара как направление политического менеджмента.

Тема 3. Политический проект и политическая кампания: понятия, виды и структура

Политическое проектирование и политические технологии как вид профессиональной деятельности политолога. Субъект управления в политической кампании. «Инициативные» и «заказные» технологии. Алгоритм формирования модели политических проектов и технологий. Стратегия и тактика в политических кампаниях. Проектирование и организация политических кампаний. Структура проекта и технология его разработки. Специфика проекта рекламной политической кампании. Жизненный цикл

политического проекта и технология управления проектом. Критерии эффективности политического проекта.

Сегментирование объекта политического воздействия. Целевые аудитории и адресные группы: понятия, критерии выбора и принципы работы с ними. Технологии управления мотивацией. Управление коммуникационными процессами: технологии разработки коммуникативной схемы. Виды и разновидности «сообщений» в политической кампании, приемы их усиления. Технологические инструменты в политических кампаниях: агитация, реклама, лидеры мнений, телефонное «внедрение», массовые мероприятия, слухи и др. Технологии работы со СМИ в политических кампаниях. Манипулятивные приемы в политических кампаниях.

Управление рисками в политических проектах и кампаниях. Факторы рисков в политических проектах и кампаниях, их основные виды. Сбор и анализ информации о политических конкурентах. Информационная защита как способ минимизации рисков в политической кампании. Технологии управления кризисными ситуациями в политической кампании. Технологии формирования политической идентичности. Массовые мероприятия в политике, технологии их проведения.

Тема 4. Прикладной политологический анализ

Сущность, специфика, структура и методы политического анализа в политическом менеджменте. Типология политологического анализа. Постановка целей и задач прикладного аналитического исследования. Особенности работы с заказчиками. Формирование предложения: этапы, содержание, структура.

Основные этапы прикладного политического анализа. Организационный этап (прояснение целей клиента, согласование требуемых результатов, сроков, цены услуг, определение модели взаимодействия консультантов и клиента, формирование команды аналитиков).

Политическая ситуация как объект политического анализа: цели, направления, технологии. Аналитика в политическом проектировании и политических кампаниях (SWOT и PEST анализ, социологические исследования и др.). Подготовка аналитических документов: структура, способы представления информации.

Политический анализ в реализации различных политических технологиях. Информационно-аналитические технологии и инструменты. Политический анализ на основе компьютерных технологий.

Тема 5. Разработка и реализация политических решений

Место политических решений в политике и политическом процессе. Постановка и решение задач как инструмент политической деятельности. Субъекты политического решения. Типология политических решений (по субъектам, уровню интеграции социальных интересов, др.).

Формирование политической «повестки дня», типы и способы (внешняя инициация, внутренняя инициация, консолидация, мобилизация). Идентификация политических проблем. Постановка целей и задач: целеполагание в политике, роль и акторы.

Менеджерские подходы к принятию и реализации политических решений. Технология процесса формирования решения. Типы технологий: агитационно-пропагандистский, маркетинговый, PR. Методы принятия политических решений, методы планирования, прогнозирования, метод экспертных оценок, метод имитационного моделирования, метод сценариев, групповые методы и др. Этапы процесса формирования политических решений: постановка целей и задач, анализ исходной информации, оценка и выбор альтернатив, проверка реализуемости, принятие и реализация принятого решения, мониторинг и контроль, анализ эффективности (критерии оценки – выбор решения в условиях многокритериальности). Гуманитарные проблемы процесса принятия и

реализации политического решения. Факторы мотивации в процессе принятия и реализации политических решений.

Стадии и модели принятия решений: рациональный (корневой), «метод ветвей», смешанно-сканирующий метод. Формы и способы реализации политических решений: элитистские, консервативные, демократические, этатистские, радикалистские, популистские. Стили принятия политических решений.

Оценка политических рисков при принятии решений: факторы риска, способы управления рисками.

Принятие решений в сфере государственного управления. Особенности сферы государственного управления и государства как субъекта принятия решений. Технология формирования государственной политики.

Принятие политических решений: российская модель и исторические традиции.

Раздел 2. Менеджеральные технологии в современной политике

Тема 1. Управление процессами политической социализации, мобилизация и политического участия

Понятия «политическая социализация», «политическая мобилизация», «политическое участие». Субъекты, типы и формы политической социализации, мобилизации и политического участия. Способы и уровни политического участия (микро- и макроуровень). Факторы, определяющие специфику политического участия граждан. Особенности политической социализации, мобилизации и политического участия в условиях различных политических режимов. Российский тип политической социализации и политического участия.

Институты и средства (социальные, правовые) политической социализации и мобилизации. Способы управления процессами политической социализации: технологии, средства инструменты. Роль СМИ в политической социализации и мобилизации.

Технологии политической социализации и мобилизации. Цели, структура, способы формирования и реализации.

Тема 2. Управление политическими конфликтами

Понятие «конфликтный менеджмент» в политике. Технология контроля и управления политическим конфликтом. Конфликтологические стратегии и частные тактические приемы. Модели и процедуры выхода из кризисов политических систем.

Переговорный процесс как технология политического менеджмента. Структура и функции переговоров в политическом процессе. Переговоры в условиях конфликта, в условиях сотрудничества, в условиях «поиска союзников». Участники переговорного процесса. Переговорные стратегии, их разработка и применение на практике. Стадии переговорного процесса: подготовка – проведение – подведение итогов. Стили и тактика ведения переговоров. Соотношение тактических приемов и функций.

Сущность, специфика, задачи и формы (форматы) политических переговоров. Виды и сферы (области) политических переговоров. Стратегия и тактика политического переговорного процесса. Методы подготовки и проведения политических переговоров. Уровни переговоров. Многосторонние переговоры и их особенности. Переговоры на высшем уровне. Особенности национальных стилей ведения переговоров.

Тема 3. Технологии политического лоббирования и GR–технологии

Понятие и функции групп давления в политике. Механизм, ресурсы, адресаты и цели давления. Давление государства на общественные и хозяйственные организации; давление хозяйственных, корпоративных, общественных и политических организаций на государственные структуры. «Сильные» и «мягкие» методы давления. Основные формы давления: лоббизм; GR, мобилизация членов и сторонников заинтересованной группы;

обработка общественного мнения; теневые неформальные группировки и соглашения; политический торг; разыгрывание политических микрокризисов.

Лоббизм и GR как общественно-политическое явление и как форма политического представительства интересов. Лоббизм, GR и группы интересов. Лоббирование в тоталитарном и демократическом обществе. Позитивные и негативные стороны лоббистской деятельности. Типы и организационно-правовые формы лоббирования (гражданское, профессиональное).

Технологии лоббирования. Объект, субъект и цель лоббистской деятельности. Лоббистские организации (структуры и группы давления). Классификация субъектов лоббистской деятельности: структурный, структурно-функциональный, институционально-функциональный. Правовое регулирование лоббистской деятельности.

GR-технологии. Объект, субъект и цель GR-деятельности. Структуры и группы давления. Классификация субъектов GR-деятельности: структурный, структурно-функциональный, институционально-функциональный.

Специфика политического лоббирования и GR в современной России. Процедуры, механизмы и технологии политического лоббирования и GR. Роли заинтересованных политических групп. Региональная специфика лоббирования и GR в РФ.

Тема 4. Коммуникативные технологии в политике

Понятие, типы и цели коммуникативных технологий в политическом менеджменте. Маркетинговые, рекламные, агитационно-пропагандистские, информационные, брендинговые и PR технологии: цели, сферы применения, актуальные практики. Выбор коммуникативных технологий в решении прикладных политических задач и модели их построения.

Маркетинговые технологии в политическом менеджменте. Сегментация политического рынка. Маркетинговая стратегия. Потребители политических товаров и услуг, потребности, спрос и предложение политического рынка. Методы и инструменты изучения политического рынка, уровни политического рынка, технологии создания политического товара, стратегии его вывода на рынок, политическая реклама. Жизненный цикл политического товара и технологии по его поддержанию на рынке. СМИ как инструмент политического маркетинга и менеджмента.

Тема 5. Технологии управления политическими событиями и политической повесткой дня

Уровни интерпретации.

Повестка дня как способ управления политикой (подборка тем, трактовка каждой темы в отдельности, а также на уровне идей, смыслов, концепций). Медийная картина действительности как способ интерпретации политического процесса. Механизмы интерпретации (селекции, ранжирование, фокусирование актуальных вопросов).

Объекты интерпретации (актуальные события, национальная идея, общественный договор, демократия и т.д.). Способы предъявления интерпретации (явные, неявные). Событийная картинка, фрейм, «news judgment» как примеры неявной интерпретации. Субъекты интерпретации политического процесса (правлящая элита, общество, СМИ). Уровни формирования повестки дня: политический, общественный и медийный.

Виды информации (Пьер-Ив Шерель), обусловленные ее функциями - заданная, вынужденная, нейтральная. Функции нейтральной информация: установление и поддержание контакта с аудиторией, привлечение внимания к сюжетам ограниченного или нулевого интереса, функция модели, пропагандирующей (например, определенный тип поведения). Вынужденная информация (нежелательная для элит. Заданная информация (сознательно распространяется источником с определенной целью) Механизм влияния элиты на повестку дня (трансляция заданной информации через пресс-службы госорганов, чиновников как ньюсмейкеров, официальные заявления для СМИ).

Интерпретаторами политического процесса на уровне идей и смыслов (эксперты, «фабрики мысли» и др.), которые обеспечивают интеллектуальное сопровождение событийной канвы.

Гражданское общество как интерпретатор политического процесса. СМИ как завершающее звено в процессе интерпретации.

Среда и ее влияние на процесс интерпретации (политический режим). Американские исследователи Ф.С. Сиберт, У. Шрамм и Т. Питерсон о четырех моделях функционирования СМИ (авторитарная, советская коммунистическая, либертарианская, модель социальной ответственности). Влияние владельца, рекламодателя, бизнеса как факторы среды.

Специфика российской модели формирования повестки дня (гибридная модель).

Тема 6. Управление избирательной кампанией

Появление и становление института представительства и избирательных технологий в мировой и российской истории (античный мир, средние века, новая и новейшая история)

Основы избирательного законодательства в РФ и субъектах РФ. Понятия «избирательная кампания», «предвыборная кампания», «параллельная избирательная кампания» и др. Уровни, масштабы, типы избирательных кампаний.

Проектирование управления избирательной кампанией. Структура избирательной кампании (стратегия и тактика). Этапы избирательного процесса. Планирование избирательной кампании и контроль реализации.

Стратегия избирательной кампании. Основные подходы и основания для разработки стратегии. Параметры, цели, методология типы и проблематика социологических исследований. Обработка данных социологических исследований и их использование в формировании стратегии избирательной кампании. Структура текста и содержание стратегии кампании. Стратегические характеристики и конфигурация избирательной кампании.

Имидж и раскрутка образа кандидата в избирательных кампаниях. Понятие «имидж», составляющие имиджа и технологии его построения. Визуальное и контекстное измерения имиджей. Методы оценки и идентификации имиджа. Законы сочетания имиджей. Имиджи политических партий и политических врагов. Имиджи тоталитарного и переходного периодов. Имидж в избирательных кампаниях. Построение образа кандидата: средства и технологии. «Привязка» кандидата к образу. Заявка, фиксация, предварительная раскрутка образа. Корректирование имиджа в ходе избирательной кампании.

Тактика избирательной кампании. Понятие «тактика избирательной кампании». База разработки, составные части, тактический рисунок избирательной кампании. Основные тактические направления и их содержание (организационно-массовое, агитационно-рекламное, информационно-аналитическое и др.). Планирование тактических мероприятий избирательной кампании. Планы-графики направлений, порядок подготовки и реализации.

Структура команды кандидата. Штаб избирательной кампании. Обоснование структуры команды кандидата. Менеджер (руководитель) команды. Главный штаб и региональные штабы (структура и должности, модификация структуры в ходе кампании). Специфика структуры команды в избирательных кампаниях различных масштабов. Референт и доверенные лица кандидата. «Теневой кабинет». Клубы избирателей.

Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании. Цели и задачи, содержание направления. Формирование и поддержка имиджа кандидата. Концепция и структура программы и послания (месседжа) кандидата. Подходы к разработке и содержание официальной биографии и листовок кандидата.

Фирменный стиль и основные агитационно-пропагандистские материалы избирательной кампании (слоган (лозунг), эмблема (логотип), цвет, гамма тонов, музыкальное сопровождение и др.).

Организация рекламной кампании в СМИ. (PR - кампания). Прямая и косвенная реклама. Виды (блоки), содержание, особенности подготовки и размещения агитационных материалов. Наружная реклама и ее роль в избирательной кампании.

Организационно-массовое направление в избирательной кампании. Цели и задачи, содержание направления. Основные организационно-массовые мероприятия избирательной кампании (кампания «от двери к двери»; телефонная кампания; прямая адресная рассылка; встречи кандидата с избирателями; митинги; пикеты; «гуманитарные программы», концерты и спортивные мероприятия и др.) и порядок их проведения.

Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании. Цели, задачи и содержание направления. Структура информационно-аналитического направления: аналитика и социология. Базовая аналитическая справка (структура, содержание, порядок подготовки). Электоральная история округа (структура, содержание, назначение). Досье на кандидатов-конкурентов. Методика сбора и структура информации.

Ресурсы избирательной кампании. Структура ресурсов избирательной кампании. Ресурсы кандидата, ресурсы политических партий и общественных движений. Административные ресурсы. Ресурсы команды кандидата («человеческий фактор»). Интеллектуальные ресурсы. Временные ресурсы. Финансовые ресурсы избирательной кампании. Источники финансирования, бюджет кампании. Методики определения стоимости избирательных кампаний. Методы оценки и распределения ресурсов. Координация ресурсов кампании с планами-графиками направлений. Техническое оснащение избирательной кампании.

Организация работы избирательного штаба в ходе выборов. Обеспечение наблюдения за подготовкой, ходом голосования и подведением итогов выборов. Технология действий в случае обнаружения нарушений.

4. Образовательные технологии

Информационные и образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При реализации программы дисциплины «Политический менеджмент» используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия (84 ч.) проводятся в виде проблемных диалоговых лекций (36 ч.), аналитических семинаров по изучению актуальных политических технологий (48 ч.), в рамках которых отрабатываются практические навыки реализации менеджерских технологий публичной политики. Семинарские занятия проходят в форме развернутой беседы по заранее разработанному плану, презентаций и обсуждения аналитических исследований студентов. Темы семинарских занятий обусловлены последовательностью изучения курса. Индивидуальная работа студента предполагает использование электронных ресурсов сети Интернет, основных поисковых систем (144 ч.).

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебных занятий</i>	<i>Образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>5</i>
	Раздел 1. Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности политолога (теория, методология, терминологический аппарат, прикладная политическая аналитика)		
<i>1.1.</i>	Введение в дисциплину. Политический менеджмент в структуре политического и государственного управления	<i>Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа.</i>	<i>Вводная лекция Развернутая беседа по плану семинара Консультирование по теме курса</i>
<i>1.2.</i>	Предмет и методы политического менеджмента	<i>Лекции 2-3. Семинары 2-3. Самостоятельная работа.</i>	<i>Лекции Развернутая беседа по плану семинаров Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий</i>
<i>1.3.</i>	Политический проект и политическая кампания: понятия, виды и структура	<i>Лекции 4-5. Семинары 4-6. Самостоятельная работа.</i>	<i>Лекции с использованием видеоматериалов Развернутая беседа по плану семинаров. Тестирование Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий</i>
<i>1.4.</i>	Прикладной политологический анализ	<i>Лекции 6-7. Семинары 7-9. Самостоятельная работа.</i>	<i>Лекции Развернутая беседа по плану семинаров. Контрольная работа Подготовка к занятиям. Консультирование и</i>

			<i>проверка домашних заданий</i>
1.5.	Разработка и реализация политических решений	Лекции 8-9. Семинары 10-12. Самостоятельная работа.	Лекции с использованием видеоматериалов Развернутая беседа по плану семинаров Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий
	Раздел 2. Менеджерские технологии в современной политике		
2.1.	Управление процессами политической социализации, мобилизация и политического участия	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Кейс-стадиз Подготовка к занятию. Консультирование и проверка домашних заданий
2.2.	Управление политическими конфликтами	Лекции 2-3. Семинары 2-3. Самостоятельная работа	Лекции с использованием видеоматериалов Кейс-стадиз Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий
2.3.	Технологии политического лоббирования и GR – технологии	Лекция 4. Семинары 4-5. Самостоятельная работа	Лекция Кейс-стадиз. Тестирование Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий
2.4.	Коммуникативные технологии в политике	Лекции 5-6. Семинары 6-7. Самостоятельная работа	Лекции Кейс-стадиз. Контрольная работа Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий
2.5.	Технологии управления политическими событиями и политической повесткой дня	Лекция 7. Семинары 8-9. Самостоятельная работа	Лекция с использованием видеоматериалов Кейс-стадиз Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий
2.6.	Управление избирательной кампанией	Лекции 8-9. Семинары 10-12 (в т.ч. деловая игра). Самостоятельная работа	Лекции с использованием видеоматериалов Кейс-стадиз. Деловая игра Подготовка к занятиям. Консультирование и проверка домашних заданий

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - устный опрос - участие в дискуссии на семинарском занятии (решение кейсов по темам 1-6) - участие в тренинге (деловой игре) (тема 6) - контрольная работа (тема 4) - тестирование (тема 3)	1 балл	12 баллов
	3 балла	18 баллов
	10 баллов	10 баллов
	10 баллов	10 баллов
	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (экзамены по билетам)	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр (экзамен)		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95-100	отлично	Зачтено	A
83-94			B
68-82	хорошо		C
56-67	удовлетворительно		D
50-55			E
20-49	неудовлетворительно		не зачтено
0-19		F	

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине¹

¹ Могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично» / «зачтено (отлично)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо» / «зачтено (хорошо)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно» / «зачтено (удовлетвори- тельно)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень вопросов для промежуточной аттестации по разделу 1 «Политический менеджмент» (ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)

1. Теоретические основания политического управления
2. Внешняя среда и акторы публичной политики
3. Институциональные факторы и инструменты публичной политики.
4. Типы и формы и критерии эффективности политического управления.
5. Политические проекты и технологии политического управления, типология, функции, специфика
6. Технологии политического проектирования и управления в рамках различных политических режимов
7. Основные технологии и направления в современном политическом менеджменте
8. Политическое проектирование и политические технологии как вид профессиональной деятельности политолога
9. Политический проект и политическая кампания: понятия, виды и структура, алгоритм формирования модели
10. Жизненный цикл политического проекта и технология управления проектом. Критерии эффективности политического проекта.
11. Сегментирование объекта политического воздействия: целевые аудитории и адресные группы (понятия, критерии выбора и принципы работы)
12. Управление коммуникационными процессами: технологии разработки коммуникативной схемы.

13. Технологические инструменты в политических кампаниях
14. Технологии работы со СМИ в политических кампаниях
15. Управление рисками и кризисными ситуациями в политических проектах и кампаниях.
16. Технологии проведения массовых мероприятий в политике
17. Сущность, специфика, структура и методы политического анализа в политическом менеджменте
18. Политическая ситуация как объект политического анализа: цели, направления, технологии.
19. Аналитика в политическом проектировании и политических кампаниях
20. Политические проекты и технологии как область менеджеральной деятельности

Перечень вопросов для промежуточной аттестации по разделу 2 (экзамен)

«Политический менеджмент»

(ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)

1. Политический консалтинг как область политического менеджмента
2. Экспертные информационно-политические системы
3. Постановка и решение задач как инструмент политической деятельности
4. Формирование политической «повестки дня», типы и способы
5. Стадии и модели и методы принятия политических решений
6. Способы управления процессами политической социализации: технологии, средства инструменты
7. Технология контроля и управления политическим конфликтом
8. Переговорный процесс как технология политического менеджмента
9. Процедуры, механизмы и технологии политического лоббирования
10. Информационное лоббирование при принятии властных политических решений
11. Коммуникативные технологии в политическом менеджменте
12. Технологии управления политической мотивацией
13. Маркетинговые технологии в политическом менеджменте
14. Методы и инструменты изучения политического рынка
15. СМИ как инструмент политического маркетинга и менеджмента
16. Специфика проектирования политической повестки в российских медиа
17. Проектирование управления избирательной кампанией
18. Стратегия избирательной кампании
19. Роль социологии общественного мнения в выработке стратегии и тактики избирательной кампании: возможности и ограничения
20. Имидж и раскрутка образа кандидата в избирательных кампаниях
21. Тактика избирательной кампании
22. Планирование в избирательных кампаниях
23. Структура команды кандидата
24. Агитационно-рекламное направление в избирательной кампании
25. Организационно-массовое направление в избирательной кампании.
26. Информационно-аналитическое обеспечение избирательной кампании.
27. Ресурсы избирательной кампании.
28. Электоральная история округа (структура, содержание, назначение)
29. Организация работы избирательного штаба в ходе выборов
30. Правовое регулирование хода избирательной кампании

Оценочные средства текущего контроля

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Политический менеджмент» предусмотрено две текущие аттестации по каждому из разделов.

**Оценочные средства текущего контроля по разделу 1
«Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности политолога»
(ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)**

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Политический менеджмент» по разделу 1 «Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности политолога (теория, методология, терминологический аппарат, прикладная политическая аналитика)» предусмотрено две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: тестирование, контрольная работа.

Текущая аттестация № 1 - тестирование

Тестовые задания

1. К числу задач, решаемых с помощью технологий политического менеджмента относятся:

- 1) формирование органов исполнительной власти
- 2) создание привлекательного образа политика (института)
- 3) расширение числа сторонников политического проекта
- 4) формирование электоральных предпочтений населения.

2. Политический менеджмент – это ...:

- 1) вид управления в политике, при котором субъект управления не имеет возможности опираться на право «легитимного насилия»
- 2) одна из функций государственного управления
- 3) технологии государственно-политического управления
- 4) вид управления, основанный на применении «легитимного насилия».

3. Политический менеджмент обретает масштабный характер в связи с:

- 1) усилением авторитарных тенденций
- 2) возрастанием роли масс в политической жизни общества
- 3) утверждением в сознании большинства людей ценностей либерализма
- 4) демократизацией обществ.

4. Тезис о том, что «массы перестали быть послушными этим самым меньшинствам: они не повинуются им, не следуют за ними, не уважают их, а, наоборот, отстраняют и вытесняют их» принадлежит перу:

- 1) Н. Лумана
- 2) Т. Парсонса
- 3) Х. Ортега и Гассета
- 4) Р. Даля.

5. К видам политического менеджмента относятся:

- 1) управление органом исполнительной власти
- 2) политический имиджмейкинг
- 3) организация предвыборной и избирательной кампании
- 4) политический брендинг.

6. Особенностью технологий политического менеджмента является то, что они

- 1) используют средства информационного влияния для воздействия на мотивации людей
- 2) обычно тиражируются в полном объеме

- 3) в значительной мере являются уникальными
- 4) основываются на применении санкций.

7. К числу задач, решаемых с помощью технологий политического менеджмента относятся:

- 1) управление политическими коммуникациями
- 2) технологии формирования институтов законодательной власти
- 3) технологии регулирования и разрешения политических конфликтов
- 4) технологии лоббизма.

8. Вопрос о выделении политико-управленческих наук в особое направление социального знания был поставлен:

- 1) М. Вебером
- 2) Г. Алмоном
- 3) В. Вильсоном
- 4) Г. Лассуэллом.

9. Родоначальником социологии бюрократии является:

1. В. Парето
2. М. Вебер
3. В. Вильсон
4. Р. Даль.

10. Древнегреческий термин, обозначающий искусство управления - это:

- 1) тирания
- 2) кибернетика
- 3) администрирование
- 4) менеджмент.

11. Кто является автором модели «административной эффективности»?

- 1) А. Маслоу
- 2) В. Вильсон
- 3) Аристотель
- 4) Дж. Локк.

12. Кто разработал модель «идеального чиновника»?

- 1) М. Вебер
- 2) Ф. Тейлор
- 3) Г. Форд
- 4) Джон Ван Эйкен.

13. Основными принципами искусства управления Л. Уайт считал:

- 1) специализацию
- 2) финансирование
- 3) единство распоряжения
- 4) делегирование ответственности.

14. Кто разработал концепцию «экономического типа» государственной власти, осуществляемой путем угроз и обещаний?

- 1) Б. Барри
- 2) М. Оукшот
- 3) М. Вебер
- 4) Д. Берч.

15. В сформулированную А. Файолем «систему принципов управления» входит принцип:

- 1) разделения труда
- 2) персональной ответственности
- 3) мотивации персонала
- 4) сокращения персонала.

16. Характерными признаками государственного управления являются:

- 1) монополия на насильственные методы
- 2) федерализм
- 3) суверенность
- 4) легитимность.

17. В классификации административных органов Л. Уайта отсутствуют:

- 1) оперативные службы
- 2) вспомогательные службы
- 3) штабные службы
- 4) финансовые службы.

18. Соотнесите теоретические подходы и их авторов

1) Теория рационального выбора («закон выгоды»)	1) А. Маслоу
2) Принцип ограниченной рациональности	2) З. Фрейд
3) Теория бессознательного	3) Дж. Хоманс
4) Пирамида потребностей	4) Г. Саймон

Ответ _____

19. Назовите самую распространенную модель в политико-технологическом управлении:

- 1) «лидер - последователи»
- 2) «союзник – союзник»
- 3) «друг – враг»
- 4) «партнер – партнер».

20. При разжигании конфликта в политико-технологическом управлении используется модель:

- 1) «лидер - последователи»
- 2) «друг – враг»
- 3) «партнер – партнер»
- 4) «союзник – союзник».

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Форма тестирования: бланки с тестовыми заданиями.
2. Критерий оценки тестовых заданий:
 - каждый правильный ответ теста оценивается в 0,5 балла;
 - всего за текущую аттестацию 10 баллов.

Текущая аттестация № 2 –выполнение контрольной работы (ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)

Учебные задания

Задание 1. Определите соотношение следующих понятий: «политический менеджмент», «политическое управление», «управление политикой», «политический инжиниринг», «политический маркетинг», «политическое моделирование и прогнозирование» в современной политической теории и прикладной политологии. В рамках современной избирательной кампании как эти профессиональные термины могут быть задействованы.

Задание 2. Чем целевые аудитории в политическом менеджменте отличаются от адресных: определите, каким основным целям выстраивания политической коммуникации акторов данные аудитории соответствуют.

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.
2. Критерий оценки контрольной работы:
 - всего за текущую аттестацию 10 баллов
 - каждое задание оценивается в 5 баллов.

**Оценочные средства текущего контроля по разделу 2
«Менеджерские технологии в современной политике»
(ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)**

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины «Политический менеджмент» по разделу 2 «Менеджерские технологии в современной политике» предусмотрено две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: тестирование, контрольная работа.

Текущая аттестация № 1 - тестирование

Тестовые задания

1. Первым для измерения своей популярности использовал опросы общественного мнения

- 1) генеральный секретарь И. В. Сталин
- 2) президент США Ф. Рузвельт
- 3) премьер министр Великобритании У. Черчилль
- 4) рейхсфюрер Германии А. Гитлер.

2. В ходе избирательной президентской кампании 1996 г. на Б.Н. Ельцина работали центры политического консультирования:

- 1) Агентство «Никколо. М»
- 2) Консалтинговая компания «Прогрессор»
- 3) Агентство интеллектуальных коммуникаций
- 4) Молодежное движение «Идущие вместе».

3. К количественным эмпирическим методам, используемым в политическом анализе относятся:

- 1) глубинные интервью
- 2) анкетирование
- 3) опрос
- 4) case-study.

4. Метод групповой дискуссии в исследованиях является

- 1) метод case-study
- 2) методом «фокус-группы»
- 3) методом наблюдения
- 4) методом глубинного интервью.

5. Глубинное интервью – это:

- 1) опрос, в котором исследователь непосредственно беседует с респондентом
- 2) разновидность анкетирования
- 3) групповая дискуссия, в которой участвуют, подобранные на основе научно обоснованной выборки, люди.
- 4) систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация форм и содержания информационного источника.

6. Наиболее часто встречающимися субъектами политико-технологического управления являются:

- 1) группы управления, создаваемые на основе общественно-политических организаций
- 2) службы, создаваемые в структуре государственных организаций
- 3) профессиональные союзы
- 4) неполитические организации, группы интересов.

7. Процессы структуризации развиваются в результате:

- 1) наличия в обществе различных политических установок
- 2) наличия в мотивационной структуре устойчивых ролевых установок, побуждающих людей воспроизводить модели политического действия
- 3) ограничения коммуникативных каналов
- 4) наличия коммуникации, позволяющей интерпретировать намерения и взаимные ожидания участников взаимодействий.

8. Ф. Хайдер назвал каузальной атрибуцией:

- 1) формирование человеком иерархии собственных потребностей
- 2) самостоятельное заполнение человеком информационных пробелов в соответствии со смысловыми рамками собственного ему сознания
- 3) рациональный выбор альтернативы в процессе принятия человеком политического решения
- 4) общественный договор общества и власти.

9. Назовите частные методы политического анализа

- 1) контент-анализ
- 2) институциональный анализ
- 3) математическое моделирование
- 4) анализ выгод и издержек.

10. Метод многомерной математической статистики, с помощью которого на основе измерения корреляций между признаками ситуации можно получить набор новых, укрупненных переменных, которые не могут быть измерены напрямую называется методом

Ответ _____

11. Установите последовательность проведения ивент-анализа:

- 1) сценарии и прогнозы
- 2) альтернативные решения

- 3) политическая ситуация
- 4) цели и задачи (критерии успеха/неуспеха)
- 5) участники (их ресурсы, интересы, взаимосвязи)
- 6) стратегия действий.
- 7) среда
- 8) события
- 9) ограничения деятельности

Ответ _____

12. Комплекс услуг по политическому консалтингу включает:

- 1) организационное консультирование государственных и бизнес-структур
- 2) оценку и минимизацию политических рисков
- 3) принятие управленческих решений
- 4) разработку стратегий в области бизнеса и политики.

Впишите необходимые слова

13. Однородная группа потребителей политического рынка, обладающая схожими политическими предпочтениями по отношению к имиджу политика - это:

Ответ _____

Впишите необходимые слова

14. Процесс сознательного построения (объединения) тех или иных свойств и качеств политического субъекта с целью сделать его привлекательным для общественности и решить конкретную политическую задачу - это

Ответ _____

15. Основной целью метода «мозгового штурма» является:

- 1) формирование экспертной оценки
- 2) разработка политического прогноза
- 3) оценка сильных и слабых сторон политического проекта
- 4) генерация и выбор большого числа альтернатив.

Впишите необходимые слова

16. В России политический анализ в основном ориентирован на изучение

Ответ _____

17. Метод анализа вторичных данных предполагает:

- 1) проведение опросов
- 2) проведение фокус групп
- 3) анализ результатов ранее проведенных исследований в целях
- 4) анализ политических альтернатив.

18. К методам сбора социальной информации относятся

- 1) политическая реклама
- 2) наблюдение
- 3) анкетирование
- 4) интервьюирование.

19. Дезинформация в рекламе и ПР, как правило, бывает следствием:

- 1) умолчания отдельных фактов
- 2) смещения масштабов изображения
- 3) суггестивного, внушающего воздействия
- 4) искажения фактов.

20. Демографические критерии включают:

- 1) возрастные категории
- 2) политические предпочтения
- 3) семейное положение
- 4) размер семьи

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Форма тестирования: бланки с тестовыми заданиями.
2. Критерий оценки тестовых заданий:
 - каждый правильный ответ теста оценивается в 0,5 балла;
 - всего за текущую аттестацию 10 баллов.

**Текущая аттестация № 2 – выполнение контрольной работы
(ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)**

Учебное задание.

Задание 1. Проанализируйте результаты выборов (последних к моменту занятия) в Государственную Думу. Результаты анализа представьте в виде таблицы:

Параметры анализа	Социальные группы
Основные сегменты российского электората	
Партийные предпочтения электората	
Идентификация электората	

Задание 2. На основе проведенного анализа перечислите факторы, оказывающие решающее влияние на политические предпочтения избирателей:

- уровень доходов;
- особенности политической социализации и структура ценностных ориентаций;
- партийная идентичность;
- умело организованная избирательная кампания кандидата или партии;
- стремление сохранить существующий порядок и не допустить радикальных перемен;
- депривация;
- ситуативные факторы (настроения, выплаты заработной платы и др.)

Указания по проведению текущей аттестации:

1. Работа выполняется письменно и сдается в указанные сроки проведения текущей аттестации.
2. Критерий оценки контрольной работы:
 - всего за текущую аттестацию 10 баллов
 - каждое задание оценивается в 5 баллов.

Оценочные средства практического усвоения студентами курса «Политический менеджмент» студентами по разделу 1 «Политический менеджмент как сфера

профессиональной деятельности политолога (теория, методология, терминологический аппарат, прикладная политическая аналитика)» и разделу 2 «Менеджеральные технологии в современной политике» на семинарских занятиях (ОПК-4.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3)

Темы кейс-заданий и краткие методические рекомендации по их выполнению

На основании изученных источников и дополнительной литературы студенты должны самостоятельно подготовить и представить вместе с электронной презентацией решение актуальных кейсов по темам семинаров и тренингов.

1. Ключевые субъекты, типы и формы политической социализации в современной России (аналитическая справка).
2. Основные механизмы и формы политической мобилизации в России и мире (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
3. Школа как институт политической социализации (личный пример).
4. Электронные СМИ в политической социализации и мобилизации (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
5. Переговорный процесс как технология политического менеджмента (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента). Структура и функции переговоров в политическом процессе.
6. Основные лоббистские группы и группы интересов в российской политике (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
7. Региональная специфика лоббирования и GR в РФ (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
8. Процедуры, механизмы и технологии GR. Роли заинтересованных политических групп. (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
9. Сегментация российского политического рынка (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
10. Повестка дня российской политической элиты как способ управления политикой (подборка тем, трактовка каждой темы в отдельности, а также на уровне идей, смыслов, концепций (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
11. Медийная картина действительности как способ интерпретации политического процесса. Механизмы интерпретации (селекции, ранжирование, фокусирование актуальных вопросов). (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
12. Специфика российской модели формирования повестки дня (гибридная модель). (проблематика по конкретному кейсу по выбору студента).
13. Проектирование управления избирательной кампанией (представление стратегии и тактики конкретной кампании в регионе России).

6.1. Список источников и литературы

Источники

Основные

Федеральный закон «О политических партиях» в редакции 23 мая 2015 законом от 21 марта 2002 года N 31-ФЗ (Российская газета, N 53, 26.03.2002)

Федеральный конституционный закон от 28 июня 2004 года № 5-ФКЗ «О референдуме Российской Федерации» (ред. от 24.04.2008)

1. Пятнадцатый рейтинг политической выживаемости губернаторов // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_54.html

2. Доклад «Минченко консалтинг»: «Политбюро 2.0» и посткрымская Россия» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_42.html

3. Украинская революция глазами российского аналитика // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_43.html

Дополнительные:

Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (ред. от 27.12.2009)

Федеральный закон от 10 января 2003 года № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации» (ред. от 19.07.2009)

Федеральный закон от 10 января 2003 года № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы» (ред. от 25.12.2008)

Федеральный закон от 26 ноября 1996 года № 138-ФЗ «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» (ред. от 19.11.2009)

Литература

Основная

Учебная:

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;

Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями. – М., 2012. – 312с.;

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.;

Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.;

Шарков Ф.И. Консалтинг в связях с общественностью. Учебник. – М.: Экзамен, 2008. – 413 с.

Монографии и статьи

- Березкина О.П. Политический консалтинг. – М.: Академия, 2008. – 336с.
- Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. - М.: Белые альвы, 2002. - 256с.
- Государственная политика и управление. Под ред. Л.В. Сморгунова. СПб. 2002.
- Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 282сс.
- Гуваков В.И., Ситников А.П. Эффект между... Проблемы метатеории консалтинговой деятельности. Монография. – М.: КГ «ИМИДЖ-Контакт», 2005. – 256с.
- Дегтярев А.А. Процесс принятия и осуществления решений в публично-государственной политике: динамический цикл и его основные фазы // Полис. 2004. №4. С.158-176.
- Егорова-Гантман Е.М., Плешаков К.В. Политическое консультирование. - М.: Никколо-Медиа, 2002. - 472с.
- Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М.: ИМА-Пресс, 2000. - 200с.
- Казаков А.А. Теория установления повестки дня vs фрейминг //Полис. 2015, № 1. С.23-41.
- Казаков А.А. Теоретико-методологический потенциал категории «медийная повестка дня»: возможности и ограничения // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4, Ист. 2012. № 1 (21). С.138 – 143.
http://www.volsu.ru/struct/generalservices/publish/vestniki/lastmagazine/ser-4-history-regional-studies-1-21-2012/3_%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2.pdf
- Куц, Г. «Установление повестки дня» и политический режим: проблема корреляции / Г. Куц // Изменение России: политические повестки и стратегии: тез. докл. Междунар. науч. конф. – М.: РАПН, 2010. – 240 с.
- Коноплин Ю.С., Лобанов В. В. Маркетинговый анализ политического рынка и формирование политического товара. – М., 2005. -321с.
- Марченко Г.И. Социологический портрет политических консультантов в США // Социс. 2005 №5 С. 71-80.
- Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М.: Эксмо, 2008. – 640с.
- Мэлчоу Х. Новое политическое целевое планирование. – М.: Никколо-Медиа, 2004. – 276с.
- Нежданов Д.В. Политический маркетинг: вчера, сегодня, завтра. – СПб: Питер, 2004. – 160с.
- Ольшанский Д.В., Пеньков В.Ф. Политический консалтинг. – СПб: Питер, 2005. – 448с.
- Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М.: Вейсл, 2005. – 416с.
- Политическое консультирование. Сборник психологических пособий для политиков /под ред. Егоровой-Гантман Е., Минтусова И. – М.: Никколо-Медиа, 2002. – 472с.
- Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. – М.: Центр, 2003. – 384с.
- Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. - М.: Рефл-Бук / Киев: Ваклер, 2002. - 352с.
- Почепцов Г.Г. Революция.com. основы протестной инженерии. – М.: Европа, 2005. – 532с.
- Почепцов Г.Г. Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении. – Киев: Альтерпрес, 2008. – 224с.

Соловьев А.И. Колебательно-маятниковый механизм принятия государственных решений: к обоснованию когнитивной модели (I)// Полис. 2005. №5. С.6-22.

Технологии в политике и политическом управлении /под общ. ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С., Матвеевко Ю.И. - М.: Издательство РАГС, 2000. – 390с.

Уикхэм Ф. Консалтинг в управлении проектами. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 368с.

Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. - М.: Алгоритм, 2000. - 336с.

Цыганов В.В., Бухарин С.Н. Информационные войны в бизнесе и политике. Теория и методология. – СПб: Академический проект, 2007. – 336с.

Шейн Э. Процесс консалтинга. Построение взаимовыгодных отношений «клиент-консультант». – СПб: Питер, 2008. – 288с.

4. Шестопап Е. Б. Политическая повестка дня российской власти и ее восприятие гражданами. – Полис. Политические исследования. 2011. № 2. С. 7-24 <http://www.politstudies.ru/article/4391>

5. Шестопап Е. Б. Политическое лидерство в новых условиях: смена парадигмы восприятия. – Полис. Политические исследования. 2013. № 3. С. 47-57// <http://www.politstudies.ru/article/4708>

Юрченко Н.Н. и др. Информационный повод как инструмент формирования политической повестки дня // Вестник Кубанского ун-та. 20145. №1. С.12-32. // <http://www.online-science.ru/userfiles/file/m3nyz1qdv47yunkzwvcvibblvl6q1m4l.pdf>

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М.: Омега-Л, 2009. – 567с.

Дополнительная:

Акофф о менеджменте (теория систем, бюрократия, коррупция, образование). – СПб: Питер, 2002. – 448 с.

Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М.,1993. - 245с.

Баранов Н., Исаев Б. Политические отношения и политический процесс в современной России. – СПб: Питер, 2008. – 400с.

Блинова О.Н. Советники: Исследовательские и консалтинговые структуры России. – М.: Гном и Д, 2002. - 228с.

Блок П. Безупречный консалтинг. – СПб: Питер, 2007. – 304с.

Брицкий Г.О., Бражник О.В. Образы российской власти: от Ельцина до Путина. – М.: РОССПЭН, 2008. – 416с.

Вельтман М., Маршев В.И., Посадский А.П. Консалтинг в России: Введение в профессиональные методы работы. – М.: Национальный фонд подготовки кадров, 1998. – 128с.

Вельтман М., Маршев В.И., Посадский А.П. Консалтинг в России: Введение в профессиональные методы работы. – М.: Национальный фонд подготовки кадров, 1998. – 128с.

Вылегжанин Д. Введение в политическую имиджологию. – М.: Флинта / МПСИ, 2008. – 136с.

Гараджа Н., Будагарин М., Ашкерев А. Основы теории политических партий. – М.: Европа, 2007. – 264с.

Гончаров В.Э. Современное политическое консультирование. – СПб: Знание, 2007. – 220с.

Горгулов П. Коммуникационная теория безвластия. – М.: Изд-во Гилея, 2005. – 142с.

Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера. - М.: РИП-холдинг, 1998. - 103с.

Гуваков В.И., Ситников А.П. Эффект между... Проблемы метатеории консалтинговой деятельности. Монография. – М.: КГ «ИМИДЖ-Контакт», 2005. – 256с.

- Гончаров В.Э. Современное политическое консультирование. Монография. – СПб: Знание, 2007. – 220с.
- Горгулов П. Коммуникационная теория безвластия. – М.: Изд-во Гилея, 2005. – 142с.
- Егорова-Гантман Е., Плешаков К., Байбакова В.Б. Политическая реклама. – М.: Никколо-Медиа, 2002. – 240с.
- Егорова-Гантман Е. Минтусов И.Е. Политический консультант в российских избирательных компаниях. – М.: Никколо-Медиа, 2003. – 335с.
- Зильберман М. Консалтинг: методы и технологии. – СПб: Питер, 2005. – 432с.
- Ильин А.Л., Кадацкий В.Ф., Никифоров К.В., Пихоя Л.Г. Отзвук слова. Из опыта работы спичрайтеров первого президента России. – М.: ЦПК «Никколо-Медиа» / ИМА-Пресс, 1999 – 144с.
- Киселев К.В. Политический слоган: проблемы семантической политики и коммуникативная техника. - Екатеринбург: УрО РАН, 2002. -246с.
- Коноплин Ю.С., Лобанов В. В. Маркетинговый анализ политического рынка и формирование политического товара. – М., 2005.
- Курбатова О. Развитие рынка консалтинговых услуг. – М.: Юнити, 2005. – 80с.
- Куртов А., Каган М. Охота на дракона: Размышления о выборах и политическом консультировании. – М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2002. – 313с.
- Мамонов М. Роль политических субъектов в формировании приоритетов межличностной «повестки дня» россиян // Политэкс. 2008. №3. С. 97-107.
- Лебедева Т. Выборы как искусство моделирования. – М.: МГУ / L'Harmattan, 2007. – 120с.
- Лисовский С.Ф. Политическая реклама. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. -255с.
- Лебедева М.М. Политическое урегулирование конфликтов: подходы, решения, технологии. – М., 1997. – 270 с.
- Литвак Б.Г. Экспертные оценки и принятие решений. – М., 1996. – 271 с.
- Майстер Д., Грин Ч., Галфорд Р. Советник, которому доверяют. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 264с.
- Маркони Дж. PR. Полное руководство. – М.: Вершина, 2006. – 256с.
- Марченко Г.И. Проектирование и сценарирование в политике. – Самара: Изд-во СИПКРО, 2002.
- Матвейчев О.А. Что такое политический консалтинг. – Екатеринбург: РАН, Урал. отд., Ин-т философии и права, 1999. – 295с.
- Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М., 1999. - 337 с.
- Оливер С. Стратегия в публичных отношениях. - СПб: Нева, 2003. – 160с.
- Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. - СПб: Питер, 2003. - 432с.
- Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. – М.: Инфра-М, 2004. – 329с.
- Петухов В. Демократия участия и политическая трансформация России. – М.: Academia, 2007. – 176с.
- Политическая агитация. Руководство по проведению политической агитации для лиц, профессионально занимающихся политической деятельностью. – М.: МРИ (США), 1994. – 243с.
- Политический маркетинг. Практические советы. – М.: «Прогресс-Академия» / Фонд Жана Жореса, 1993. – 198с.
- Поляков Л.В. Основы политического консультирования: Теория и проблемы. – М.: КДУ, 2008. – 240с.
- Пониделко А. В., Лукашев А. В. «Черный PR» как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера. – СПб: Бизнес-пресса, 2000. – 176с.
- Почепцов Г.Г. Стратегический анализ. – Киев: Изд-во РИФ «Дзвін», 2004. – 334с.

- Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. – Киев: Принт-сервис, 1997. – 323с.
- Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998.
- Пфеффер Дж. Власть и влияние. Политика и управление в организациях. – М.: Вильямс, 2007. – 512с.
- Самые успешные PR-кампании в мировой практике /пер. с англ. – М.: Инфра-М / ИМИДЖ-Контакт, 2002. – 310с.
- Санаев А. Русский PR в бизнесе и политике. – М.: Ось-89, 2005. – 240с.
- Серов А.Г. Интервью с PR-советником. – М.: Вершина, 2006. – 216с.
- Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования /сост. Логунов А.П., Евгеньева Т.В. – М.: РГГУ, 1996.
- Технологии в политике и политическом управлении /под общ. ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С., Матвеевко Ю.И. – М.: Издательство РАГС, 2000. – 390с.
- Технологии политического успеха /под ред. Нечаева В.Д. – М.: Национальный институт Высшая школа управления, 2007. – 336с.
- Технология политических кампаний. Сборник статей. – М.: Изд-во Фонда Горбачева, 1991.
- Ушакова Н., Стрижова А. Имиджелогия. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 280с.
- Хазагеров Г. Партия, власть и риторика. – М.: Европа, 2006. – 48с.
- Черепанова И. Заговор народа. Как создать сильный политический текст. – М.: КСП+, 2002. – 464с.
- Чумиков А.Н. Записки PRофессионала. – СПб: Питер, 2009. – 288с.
- Шайхутдинов Р. Современный политик. Охота на власть. – М.: Европа, 2006. – 616с.
- Шарков Ф.И. Политический консалтинг. – М.: ИД Дашков и К, 2007. – 458с.
- Шейнов В.П. Пира «белый» и «черный». Технологии скрытого управления людьми. – М.: АСТ / Минск: Харвест, 2007. – 672с.
- Шейнов В.П. Психология лидерства и власти. – М.: Ось-89, 2008. – 608с.
- Ширшов А. Занимательная история тренинга и консалтинга. – СПб: Речь / Генезис, 2007. – 224с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

- <http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.
- <http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».
- <http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».
- <http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».
- Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,
- Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,
- Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,
- Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,
- Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,
- Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.
- «Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,
- Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,
- Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,
- Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,
- Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,
- Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,

Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,
 Страна.ру - <http://www.strana.ru>,
 НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,
 Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,
 Грани.ру - <http://www.grani.ru>,
 Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия»,
 «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.
 Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,
 Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).
 Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>
 Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>
 Портал социально-гуманитарное образование: политические науки //
<http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>
 Политическая наука в России и мире //
<http://www.politnauka.org/links/science.php>
 «Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов
 на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>
 Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Проекты:
 Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Страны на перепутье») «Countries at the Crossroads») //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) //
<http://www.transparency.org> .
 Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
 Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.
 Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) //
<http://hdr.undp.org>.
 Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена
// http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
 Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
 Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
 Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of
Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). //
<http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
 Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) //
http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
 Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» //
<http://www.atkearney.com/main>.
 Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>

Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
 Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» //
<http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
 Контент социальных сетей
 (ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Справочные издания

Справочник по политическому консультированию /Под ред. Перлматтера Д.Д. –
 М.: ИМИДЖ-Контакт / Инфра-М, 2002. – 330с.

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

Перечень БД и ИСС

№ п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций (Power Point и др.) и выходом в интернет, в т.ч. и наличием возможности проведения дистанционных занятий через систему ZOOM.

Также должен быть предоставлен доступ к фондам научной библиотеки РГГУ и других библиотек. При подготовке студентов к лекциям и практическим занятиям предусмотрена возможность их работы в библиотеке университета в электронной библиотеке (Медиатека) и компьютерных классах с открытым доступом в глобальную сеть Интернет.

Для самостоятельной работы студенту необходим доступ к ЭБС издательства «Юрайт» (biblio-online.ru), архиву исследовательских журналов JSTOR, МНБД Scopus и Web of Science. Персональные компьютеры, оснащенные операционной системой ОС MS Windows (XP и выше), программным обеспечением MS Office 2003–2010, доступом в Интернет через браузер Google Chrome или Opera, обновляемой антивирусной защитой Symantec Endpoint Protection.

Политическая карта России.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
5	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
6	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
7	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
8	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
9	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
10	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
11	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
12	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
13	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
14	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;

- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Методические указания по организации и проведению практических занятий

Пояснительная записка

Семинарские занятия по курсу «Политический менеджмент» направлены на то, чтобы выработать у студентов навыки прикладного анализа политических процессов, разработки и реализации политических проектов и технологий. Содержание семинарских и практических занятий (тренингов) составлено таким образом, что они не дублируют лекционный материал, а переводят теоретические знания в прикладную плоскость.

Для проведения семинарских занятий по курсу «Политический менеджмент» предпочтительной является форма дискуссии с элементами устного фронтального опроса и кейс-стади, что в совокупности предполагает свободный и аргументированный обмен мнениями и максимально приближает к реальным формам функционирования профессионального сообщества. Практические занятия проводятся в форме тренингов, в ходе которых студенты решают кейс задачи технологического характера (индивидуально и в команде).

Методические тренинги, основной целью которых является «развивающее» обучение: активизация теоретических знаний, расширение возможностей их применения, создание общей интеллектуально-коммуникационной атмосферы, синтезирующей генерацию творческих идей, составляют важнейшую часть курса «Политический менеджмент». Самостоятельные творческие задания развивают навыки проблемно-логического подхода в решении прикладных политологических задач. Совместная работа в процессе деловых игр и тренингов формирует умение слаженно работать командой, необходимые во многих политических технологиях (избирательная компания, лоббирующая группа, и др.).

Методические тренинги в рамках семинарских занятий по курсу выстроены в соответствии с основными задачами курса «Политический менеджмент», предполагающими овладение студентами навыками политического анализа, консультирования, постановки и решения политических задач, ведения политических переговоров, избирательных технологий и технологий лоббирования. В состав методических тренингов входят ролевые игры, творческие задания, дискуссии, публичные выступления, опросы экспертов, тесты и др. Выбор той или иной формы тренинга определяется содержанием материала и целями обучения.

В технологический модуль курса включены дискуссии по проблемным вопросам. Именно дискуссионная форма развивает навыки таких выступлений, формирует умение аргументировано отстаивать собственную позицию и критиковать оппонентов.

Программа раскрывает содержание разделов технологического блока курса «прикладная политология» («политический менеджмент»).

Тематика дискуссий по курсу «Политический менеджмент» достаточно широка. Практически каждая ролевая и деловая игра или контрольное творческое задание предваряется дискуссией, предполагающей обсуждение проблематики планируемой игры или задания. Так, например, при подготовке ролевой игры «Постановка и принятие политического решения» на предшествующем занятии проводится дискуссия на тему – «Актуальные политические проблемы современности». В таком случае студенты не только приобретают навыки политического анализа, выявляя ту проблему, которая, по их мнению, требует решения, но и самостоятельно определяют тематику игры. Такой подход позволяет сделать игру более живой, так как выбирается тема, которая интересует большинство студентов, а, следовательно, они будут заинтересованными участниками игры.

Помимо, так называемых «предварительных дискуссий», предшествующих играм, по некоторым темам курса проводятся дискуссии как основные формы тренинга.

Дискуссии требуют от преподавателя и группы определенной подготовки, которая включает:

- определение конкретных актуальных политических проблем, требующих решения;
- выделение и структурирование основных вопросов в рамках поставленной проблемы (главных пунктов дискуссии);
- формулировку дополнительных провокационных вопросов;
- подбор конкретных материалов для дискуссии;
- проработку дополнительных примеров и сравнений;
- составление списка источников и литературы, с которыми необходимо ознакомиться для участия в дискуссии.

В начале дискуссии преподаватель делает вступление, акцентируя внимание на основных сюжетах. Далее роль преподавателя заключается в том, что он направляет ход дискуссии, задавая продуманные провокационные вопросы, предлагая конкретные примеры и сравнения, контролирует участие студентов и фиксирует удачные и неудачные выступления, элементы поведения и др. Дискуссия завершается обзором высказываний участников и подведением итогов. На этом этапе также желательно не только заключительное слово преподавателя, но и обобщающие выступления участников.

В качестве дополнительного задания по итогам дискуссии студентам предлагается подготовить информационное сообщение о состоявшейся дискуссии в форме небольшого аналитического материала для прессы. Как правило, это стимулирует более активное участие студентов в работе.

Основную часть методических тренингов составляют деловые и ролевые игры, моделирующие определенные политические задачи, требующие специальных знаний и навыков.

Ролевые и деловые игры развивают навыки работы в команде. Студенты получают общую задачу, которую они решают сообща. Это может быть, как совместная работа на самом занятии, так и коллективная подготовка к нему. В процессе командной работы следует добиться того, чтобы полученный результат действительно был итогом группового сотрудничества, т.е. чтобы каждый участник группы внес свой вклад в работу. Именно этим определяется оптимальный численный состав группы (3-4 человека).

Ролевая игра «Постановка и решение политической задачи»

Ролевая игра «Избирательная кампания»

Ролевая «Создание и организация политико-консультационного агентства»

Ролевая игра «Создание политической партии»

Выбор варианта ролевых игр зависит от того, какие навыки уже получены студентами в ходе практики по специальности. Естественно, если группа уже проходила

избирательную практику, участвуя в избирательной кампании, то искусственное моделирование ситуации будет менее интересно. Соответственно, лучше будет выбрать другие игровые варианты. Иными словами, выбор деловых и ролевых игр делается индивидуально для каждой обучающейся группы.

Ролевые игры формируют умение распределять работу в группе, в соответствии с предпочтениями и знаниями участников группы; учат корпоративному поведению; активизируют студентов путем введения соревновательного элемента, выявляют лидеров и исполнителей.

Метод «опроса экспертов» - это дополнительный способ овладения навыками управления политическими процессами. При решении целого ряда политических задач (в ходе политического консультирования, при подготовке избирательной кампании, для построения имиджа политического лидера, при выявлении и решении различных политических проблем) необходимым навыком является навык проведения интервью (как открытого глубокого, так и закрытого формализованного). Формированию этих навыков и служит метод «опроса экспертов». Суть этого метода состоит в приглашении на тренинг квалифицированных специалистов для ответов на вопросы.

Профессиональная деятельность специалистов-политологов требует достаточно глубокого знакомства с основами интервьюирования и умения анализировать его итоги (формулируя, например, ключевые темы избирательной кампании, составляющие имиджа политического лидера и т.д.). При этом в курсе «Политический менеджмент» ставится цель не столько научить составлению различных форм интервью и подготовке глубокого интервью (что скорее является задачей курса «социология» и др. спецкурсов, которые включены в программу подготовки политологов), сколько овладение навыками применения этих способов при решении прикладных политических задач. Кроме этого, студенты приобретают коммуникативные навыки: учатся находить возможных респондентов, располагать к себе собеседника, создавать доверительную атмосферу. Вырабатывается умение сдерживать эмоции, не навязывать собеседнику собственную точку зрения, объективно оценивать и анализировать различные позиции.

Темами интервью в курсе «Политический менеджмент» могут быть различные аспекты политического процесса. Например:

- Оценка политической ситуации;
- Политические предпочтения;
- Политические и государственные реформы, приводящиеся в данный период;
- Актуальные политические задачи и др.

Темы для интервьюирования выбираются преподавателем, исходя из возможностей студентов, опросить по избранной теме необходимое количество респондентов. Желательно также, чтобы избранная тема была интересна и самим студентам. Именно поэтому в текущем учебном году студентам будет предложено подготовить и провести интервью о методах и формах политологического образования в современной России (на примере РГГУ).

Методические тренинги по курсу предполагают также овладение студентами навыками использования различных тестов, применяемыми в современных политических технологиях. Тестирование – неотъемлемый фактор политического менеджмента, предполагающего разработку технологий, направленных на решение конкретных прикладных политических задач. Особенно часто тестирование применяется при подготовке и проведении избирательных кампаний для оценки личностных качеств, способностей, навыков, знаний, склонностей и интересов политических деятелей. Использование тестов дает возможность политическому консультанту объективно оценить личностные и деловые качества политического лидера, строить и корректировать его имидж, преодолевая негативные черты и формируя положительный образ лидера.

Тесты в составе методических тренингов курса построены в соответствии с общей концепцией тестирования, предполагающей, что внутренний мир, структура и свойства личности проявляется во внешних поведенческих характеристиках. Соответственно тесты включают диагностику внутренних (психологических) свойств личности политического лидера с помощью индикаторов определенных черт поведения. Это могут быть ответы на вопросы, результаты решения разного рода задач, рисунки и др. Так как между внешними поведенческими чертами и внутренними свойствами личности существует однозначная причинная зависимость, то определенное действие или реакция человека порождены определенным личностным свойством.

Наибольший интерес для курса представляют индивидуальные личностные тесты, позволяющие выявлять качества и характерные черты индивида (в нашем случае политического деятеля). Эти тесты рассчитаны на определение постоянно присущих человеку качеств, независимо от ситуации и постоянные во времени. Представляется целесообразным посвятить одно занятие различным вариантам личностных тестов (субъективные тесты, включающие личностные опросники, тесты интересов и склонностей; объективные и проективные тесты и др.).

Кроме этого, в ходе занятий отрабатываются социально-психологические тесты, позволяющие исследовать поведение индивида в группе, межличностные отношения, социально-психологическую совместимость членов группы, неформальные структуры и распределение ролей в группе.

В курсе не стоит задача научить студентов составлять сами тесты. Эта задача решается в других курсах, которые включены в учебный план подготовки специалистов – политологов. Основная задача включения тестов в методический тренинг по курсу «Политический менеджмент» состоит в овладении навыками квалифицированного отбора, использования и интерпретации различных категорий тестов в политических технологиях. Соответственно, студентам в процессе подготовки к занятию, предлагается найти в отечественной и зарубежной литературе те тесты, которые необходимы для решения поставленной преподавателем политической задачи. На самом занятии проводится отбор оптимальных тестов и взаимотестирование. По итогам проведенного тестирования проводится обсуждение и выносятся определенные оценки. Дополнительно студентам предлагается провести тестирование вне группы (это могут быть студенты, родители, другие группы людей, в зависимости от целей тестирования). В рамках тренинга студентам предлагаются следующие основные тесты: «Лидер», «Командовать или подчиняться», «Темперамент личности», «Мотивация к успеху», «Готовность к риску».

Основная цель технологического блока курса – овладение студентами навыками практического применения теоретических политологических знаний в сфере политического менеджмента.

В результате освоения технологического блока курса студенты должны уметь:

- представлять технологические процессы в политике в форме управленческой задачи;
- выстраивать структуру (матрицу) и последовательность решения политической задачи (стратегические и тактические планы);
- корректировать планы в ходе решения политической задачи;
- проводить анализ политических технологий, используемых в современной политической практике.

В ходе проведения тренингов в аудитории студенты овладевают навыками работы в команде, учатся точно и корректно выражать свои мысли, аргументировать свою точку зрения.

Самостоятельные творческие задания предназначены для развития аналитических и интеллектуальных способностей студентов.

Работа студента оценивается по итогам выполнения заданий, предусмотренных на тренинге, исходя из принятой в университете системы баллов.

**Планы семинарских занятий по разделу 1
«Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности политолога
(теория, методология, терминологический аппарат, прикладная политическая
аналитика)»**

Семинар 1. Политический менеджмент и политическое управление (2 часа)

1. Что является предметом современного политического менеджмента.
2. Государственное управление, государственное администрирование, государственный менеджмент, политическое управление и политический менеджмент.
3. Публичное управление и публичная политика.
4. Политический менеджмент в структурах государственной и муниципальной власти.
5. Критерии оценки эффективности политического менеджмента.

Источники

Основные

Доклад «Минченко консалтинг»: «Политбюро 2.0» и посткрымская Россия // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_42.html

Литература

Основная

Учебная:

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;

Колесников В., Семенов В. Политический менеджмент: Учебное пособие. Ст-т 3 поколения для бакалавров. – СПб., 2012. – 320с.

Политический менеджмент. Учебное пособие /под общ. ред. Жукова В.И. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2004. – 944с.

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент: Учебное пособие. – М., 2003. – 400 с.

Монографии и статьи

Государственная политика и управление. Под ред. Л.В. Сморгунова. СПб. 2002. Глава 2.

Гринберг Т.Э. Политические технологии. PR и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 282 с.

Мэлчоу Х. Новое политическое целевое планирование. – М.: Никколо-Медиа, 2004. – 276с.

Технологии в политике и политическом управлении /под общ. ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С., Матвеевко Ю.И. - М.: Издательство РАГС, 2000. – 390с.

Дополнительная:

Акофф о менеджменте (теория систем, бюрократия, коррупция, образование). – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.

Поляков Л.В. Основы политического консультирования: Теория и проблемы. – М.: КДУ, 2008. – 240с.

Пониделко А. В., Лукашев А. В. «Черный PR» как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера. – СПб: Бизнес-пресса, 2000. – 176с.

- Почепцов Г.Г. Стратегический анализ. – Киев: Изд-во РИФ «Дзвін», 2004. – 334с.
- Технологии в политике и политическом управлении /под общ. ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С., Матвеевко Ю.И. - М.: Издательство РАГС, 2000. – 390с.
- Технологии политического успеха /под ред. Нечаева В.Д. – М.: Национальный институт Высшая школа управления, 2007. – 336с.
- Технология политических кампаний. Сборник статей. - М.: Изд-во Фонда Горбачева, 1991.

Семинар 2-3. Предмет и методы политического менеджмента (4 часа)

1. Политический менеджмент как технологии достижения эффективных, результатов в управлении публично-политическими делами.
2. Основные подходы и методы политического менеджмента.
3. Методы изучения политического рынка.
4. Технологии создания политического товара как направление политического менеджмента.
5. Политический маркетинг в практиках политического менеджмента.
6. Анализ современных практик политического менеджмента в рамках различных избирательных практик. Кейс-анализ выборов Президента РФ, депутатов Государственной Думы РФ, губернаторов регионов, мэров городов, различного типа легислатур.

Литература

Основная

Учебная:

- Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;
- Горчева А.Ю. Политический менеджмент: Исторический опыт России. – М., 2002. – 192 с.
- Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2002. – 548 с.
- Пушкарева Г.В. Политический менеджмент: Учебное пособие. – М., 2003. – 400 с.

Монографии и статьи

- Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М.: Эксмо, 2008. – 640с.
- Мэлчоу Х. Новое политическое целевое планирование. – М.: Никколо-Медиа, 2004. – 276с.

Дополнительная:

- Акофф о менеджменте (теория систем, бюрократия, коррупция, образование). – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.
- Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М.,1993. - 245с.
- Марченко Г.И. Проектирование и сценарирование в политике. – Самара: Изд-во СИПКРО, 2002.
- Матвейчев О.А. Что такое политический консалтинг. – Екатеринбург: РАН, Урал. отд., Ин-т философии и права, 1999. – 295с.
- Технология политических кампаний. Сборник статей. - М.: Изд-во Фонда Горбачева, 1991.

Семинар 4-6. Политический проект и политическая кампания: понятия, виды и структура (6 часов)

1. Алгоритм формирования модели политических проектов и технологий.

2. Исследовательская подготовка политического проектирования.
3. Определение стратегии и тактики в политических кампаниях.
4. Технологии проектирования и организации политических кампаний.
5. Структура проекта и технология его разработки.
6. Бюджетирование проектной деятельности.
7. Технологии сегментирования объекта политического воздействия: целевые аудитории и адресные группы.
8. Технологии контентного управления политическими кампаниями.
9. Оценка эффективности проведенной политической кампании.

Источники

Основные

- Пятнадцатый рейтинг политической выживаемости губернаторов // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_54.html;
- Доклад «Минченко консалтинг»: «Политбюро 2.0» и посткрымская Россия» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_42.html;
- Украинская революция глазами российского аналитика // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_43.html.

Литература

Основная

Учебная:

- Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;
- Колесников В., Семенов В. Политический менеджмент: Учебное пособие. Ст-т 3 поколения для бакалавров. – СПб., 2012. – 320с.
- Мангейм, Джарол Б. и др. Политология: Методы исследования: Учеб. пособие. – М., 1999. – 544 с.
- Соловьев А.И. Политология: Политическая теория. Политические технологии: Учебник. – М., 2004. – 559 с.

Монографии и статьи

- Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М.: Эксмо, 2008. – 640с.
- Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М.: Вейсл, 2005. – 416с.
- Технологии в политике и политическом управлении /под общ. ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С., Матвеевко Ю.И. - М.: Издательство РАГС, 2000. – 390с.
- Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. - М.: Алгоритм, 2000. - 336с.

Дополнительная:

- Гуваков В.И., Ситников А.П. Эффект между... Проблемы метатеории консалтинговой деятельности. Монография. – М.: КГ «ИМИДЖ-Контакт», 2005. – 256с.
- Гончаров В.Э. Современное политическое консультирование. Монография. – СПб: Знание, 2007. – 220с.
- Горгулов П. Коммуникационная теория безвластия. – М.: Изд-во Гилея, 2005. – 142с.
- Курбатова О. Развитие рынка консалтинговых услуг. – М.: Юнити, 2005. – 80с.
- Оливер С. Стратегия в паблик рилейшнз. - СПб: Нева, 2003. – 160с.
- Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг. - СПб: Питер, 2003. - 432с.
- Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. – М.: Инфра-М, 2004. – 329с.

Петухов В. Демократия участия и политическая трансформация России. – М.: Academia, 2007. – 176с.

Политическая агитация. Руководство по проведению политической агитации для лиц, профессионально занимающихся политической деятельностью. – М.: МРИ (США), 1994. – 243с.

Технология политических кампаний. Сборник статей. - М.: Изд-во Фонда Горбачева, 1991.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.

<http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».

<http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».

<http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».

Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,

Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,

Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,

Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,

Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,

Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,

Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,

Вести.ру (<http://www.vesti.ru>),

Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,

Страна.ру - <http://www.strana.ru>,

НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,

Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,

Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.

Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,

Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).

Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>

Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>

Портал социально-гуманитарное образование: политические науки // <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>

Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>

«Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>

Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») // <http://www.freedomhouse.org>.

- Проект «Страны на перепутье») «Countries at the Crossroads» // <http://www.freedomhouse.org>.
- Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) // <http://www.transparency.org>.
- Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
- Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
- Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
- Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
- Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) // http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
- Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» // <http://www.atkearney.com/main>.
- Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>
- Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
- Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Семинар 7-9. Прикладной политологический анализ (6 часов)

1. Политическая ситуация как объект политического анализа: цели, направления, технологии.
2. Постановка целей и задач прикладного аналитического исследования.
3. Особенности работы с заказчиками.
4. Формирование предложения: этапы, содержание, структура.
5. Основные этапы прикладного политического анализа.
6. Информационно-аналитические технологии и инструменты.
7. Политическая ситуация как объект политического анализа.
8. Политическая экспертиза как основная профессиональная деятельность по прикладному политологическому анализу.
9. Подготовка аналитических документов: структура, содержание, способы представления информации.
10. Определение повесток дня: политической, медийной, общественной.
11. Примеры различного типа прикладного политологического анализа.

Источники

Основные

Пятнадцатый рейтинг политической выживаемости губернаторов // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_54.html

Доклад «Минченко консалтинг»: «Политбюро 2.0» и посткрымская Россия» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_42.html

Украинская революция глазами российского аналитика // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_43.html

Литература

Основная

Учебная:

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;

Мангейм, Джарол Б. и др. Политология: Методы исследования: Учеб. пособие. – М., 1999. – 544 с.

Ситников А.П., Огарь И.В., Бахвалова Н.С. Политический консалтинг. Учебник. – М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2004. – 624с.

Монографии и статьи

Березкина О.П. Политический консалтинг. – М.: Академия, 2008. – 336с.

Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. - М.: Белые альвы, 2002. - 256с.

Казаков А.А. Теоретико-методологический потенциал категории «медийная повестка дня»: возможности и ограничения // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4, Ист. 2012. № 1 (21). С.138 – 143.

//[http://www.volsu.ru/struct/generalservices/publish/vestniki/lastmagazine/ser-4-history-regional-studies-1-21-](http://www.volsu.ru/struct/generalservices/publish/vestniki/lastmagazine/ser-4-history-regional-studies-1-21-2012/3_%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2.pdf)

[2012/3_%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2.pdf](http://www.volsu.ru/struct/generalservices/publish/vestniki/lastmagazine/ser-4-history-regional-studies-1-21-2012/3_%D0%9A%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2.pdf)

Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М.: Эксмо, 2008. – 640с.

Мэлчоу Х. Новое политическое целевое планирование. – М.: Никколо-Медиа, 2004. – 276с.

Дополнительная:

Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М.,1993. - 245с.

Баранов Н., Исаев Б. Политические отношения и политический процесс в современной России. – СПб: Питер, 2008. – 400с.

Гончаров В.Э. Современное политическое консультирование. – СПб: Знание, 2007. – 220с.

Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. – М., 1999. - 337 с.

Оливер С. Стратегия в публичной релейшнз. - СПб: Нева, 2003. – 160с.

Политический маркетинг. Практические советы. – М.: «Прогресс-Академия» / Фонд Жана Жореса, 1993. – 198с.

Почепцов Г.Г. Стратегический анализ. – Киев: Изд-во РИФ «Дзвін», 2004. – 334с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.

<http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».

<http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».

<http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».

Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,
 Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,
 Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,
 Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,
 Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,
 Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.
 «Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,
 Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,
 Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,
 Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,
 Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,
 Вести.ру (<http://www.vesti.ru>),
 Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,
 Страна.ру - <http://www.strana.ru>,
 НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,
 Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,
 Грани.ру - <http://www.grani.ru>,
 Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.
 Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,
 Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).
 Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>
 Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>
 Портал социально-гуманитарное образование: политические науки // <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>
 Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>
 «Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>
 Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Страны на перепутье») «Countries at the Crossroads») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) // <http://www.transparency.org>.
 Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
 Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.
 Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) // <http://hdr.undp.org>.
 Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
 Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>

Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>

Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.

Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) // http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554

Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» // <http://www.atkearney.com/main>.

Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>

Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Семинар 10-12. Разработка и реализация политических решений (6 часов)

1. Менеджерские подходы к принятию и реализации политических решений.
2. Формирование политической «повестки дня», типы и способы.
3. Технология процесса формирования решения.
4. Стадии, модели, формы и способы принятия решений.
5. Оценка политических рисков при принятии решений: факторы риска, способы управления рисками.
6. Принятие решений в сфере государственного управления.
7. Принятие политических решений: российская модель и исторические традиции.
8. Принятие решений в политических партиях и общественно-политических организациях: российская и зарубежная практики.
9. Критерии оценки принятых политических решений.

Литература

Основная

Учебная:

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;

Дегтярев А.А. Принятие политических решений. М.: КДУ, 2004. – 412с.

Монографии и статьи

Дегтярев А.А. Процесс принятия и осуществления решений в публично-государственной политике: динамический цикл и его основные фазы // Полис. 2004. №4. С.158-176.

Соловьев А.И. Колебательно-маятниковый механизм принятия государственных решений: к обоснованию когнитивной модели (I) // Полис. 2005. №5. С.6-22.

Дополнительная:

Акофф о менеджменте (теория систем, бюрократия, коррупция, образование). – СПб.: Питер, 2002. – 448 с.

Баранов Н., Исаев Б. Политические отношения и политический процесс в современной России. – СПб: Питер, 2008. – 400с.

Литвак Б.Г. Экспертные оценки и принятие решений. – М., 1996. – 271 с.

Марченко Г.И. Проектирование и сценарирование в политике. – Самара: Изд-во СИПКРО, 2002.

Пфедфер Дж. Власть и влияние. Политика и управление в организациях. – М.: Вильямс, 2007. – 512с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.

<http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».

<http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».

<http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».

Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,

Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,

Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,

Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,

Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,

Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,

Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,

Вести.ру (<http://www.vesti.ru>),

Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,

Страна.ру - <http://www.strana.ru>,

НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,

Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,

Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.

Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,

Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).

Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>

Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>

Портал социально-гуманитарное образование: политические науки // <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>

Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>

«Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>

Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») // <http://www.freedomhouse.org>.

- Проект «Страны на перепутье») «Countries at the Crossroads») // <http://www.freedomhouse.org>.
- Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) // <http://www.transparency.org>.
- Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
- Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
- Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
- Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
- Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) // http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
- Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» // <http://www.atkearney.com/main>.
- Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>
- Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
- Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Справочные издания

Справочник по политическому консультированию /Под ред. Перлматтера Д.Д. – М.: ИМИДЖ-Контакт / Инфра-М, 2002. – 330с.

Якубайтис Э.А. Информационные сети и системы: Справочная книга. М., 2006.

Планы семинарских занятий по разделу 2

«Менеджеральные технологии в современной политике»

Семинар 1. Управление процессами политической социализации, мобилизация и политического участия (2 часа)

1. Политическая культура и социализация.

Задание 1.

Выбрать из приведенных высказываний те, которые относятся к политическим стереотипам и политическим мифам:

- Если бы Президентом стал не победивший на выборах кандидат, а его соперник, все было бы по-другому. Простые люди сразу бы почувствовали улучшение жизни. Будущее было бы определено;
- Причиной всех наших несчастий и бед является деятельность тайной масонской (жидомасонской) организации, члены которой проникли в

- высшие органы власти, захватили основные богатства страны и теперь эксплуатируют народ;
- Этот человек действительно обладает величайшей проницательностью. Он видит то, чего не могут увидеть другие. Он знает, как спасти народ и может это сделать. Его мужество, воля, энергия позволяют ему справиться с самыми сложными проблемами;
 - Раньше все было хорошо: государство заботилось о своих гражданах, которые чувствовали уверенность в завтрашнем дне. Люди были добрее, более открытыми и бескорыстными;
 - Политика – дело нечистое. Честный человек никогда не пойдет в политику. Все политики, несмотря на различную политическую ориентацию, едины – им бы только народ обмануть и у власти удержаться;
 - Государство всегда в нашей стране обманывало человека. Все реформы, проводимые им, приносили лишь бедствия и страдания простым людям. От всех этих перемен выигрывают лишь проходимцы и жулики.
- Объясните свою позицию и предложите способы возможного преодоления стереотипов политического мышления.

Задание 2

- Приведите примеры мифов, сюжетами которых были бы:
 - заговор;
 - представление о золотом веке;
 - действие героя спасителя;
 - необходимость единства в борьбе против...

Изложите придуманные вами мифы лицам с различными политическими убеждениями. Зафиксируйте реакции и заполните таблицу. На занятии объясните полученные результаты.

2. Политическое поведение и участие.

Задание 1.

1.1. На основе анализа политической истории России заполните приведенную схему классификации типов политического участия английского исследователя А. Марша

Ортодоксальное политическое поведение		Неортодоксальное политическое поведение, прямое действие, политическое неповиновение, групповое неповиновение		Политические преступления	
Обычная политика, голосование, лобби, группы формальных интересов	Петиции, лозунги, законные демонстрации и	Бойкоты	Неофициальные забастовки, забастовки арендаторов	Незаконные демонстрации, захват помещений, повреждение собственности, насилие	Захват заложников, саботаж, партизанские действия, убийства, революции, войны, похищения

При заполнении таблицы предлагается использовать исследование Е.Б. Шестопаля Очерки политической психологии. – М.: ИНИОН, 1990. – С. 29.

1.2. Определите мотивы политического участия индивида (в соответствии с концепцией А. Маслоу), если...

- социально-экономические потребности и потребности в безопасности удовлетворены;
- социальная идентичность сформировалась;
- социальный статус и престиж удовлетворяют личность;
- не удовлетворены социально-экономические потребности;
- отсутствует чувство безопасности;
- не удовлетворяют занимаемый социальный статус и имеющийся престиж.

Определите мотивы (идеологические, нормативные, ролевые) приведенных рассуждений и аргументируйте свою точку зрения:

- Мой социальный статус достаточно высок. Я занимаю достаточно хорошее положение в обществе. Меня вполне устраивают социальные условия жизни. Именно поэтому я должен принять участие в выборах и поддержать того кандидата, чья программа будет ориентирована на сохранение status quo. Было бы нежелательно, чтобы к власти пришли люди, ориентирующиеся на радикальные изменения. Это могло бы принести ущерб лично мне;
- Существующая политическая власть, политические институты гарантируют мне основные права и свободы. А для меня свобода представляет ценность. Поэтому для ее сохранения я должен участвовать в голосовании;
- Власть призывает меня принять участие в выборах. Решения и предписания власти надо выполнять. Поэтому я иду на выборы.

Задание 2

2.1. Провести мини-опрос среди родных, друзей и знакомых (не менее 20 человек) о том, какие программные положения кандидатов и черты имиджа (в период выборных кампаний) их привлекают. На основе полученных ответов определите мотивы их политического участия, приоритеты в политическом участии в выборах в современном российском обществе. Определите взаимосвязь мотивов политического поведения и социально-экономического положения опрошенных. Заполните анкеты.

На занятии проводится продолжение опроса в группе, дискуссия, обработка анкет и подведение результатов опроса.

2.2. Сформулируйте систему личных интересов, которая могла бы побудить вас к участию в избирательной кампании, к вступлению в политическую партию, к участию в каких-либо формах политического протеста.

Результаты обсуждаются на занятии. Преподаватель подводит итог.

2.3. Сформулируйте несколько возможных причин и целей политического протеста. Попробуйте разработать сценарий политического хэппенинга для выражения политического протеста. При подготовке используйте работу Д.А Левчика Политический хэппенинг // Социс. 2006. №8.

Задание 3.

3.1. Проанализируйте результаты выборов (последних к моменту занятия) в Государственную Думу. Результаты анализа представьте в виде таблицы:

Параметры анализа	Социальные группы
Основные сегменты российского электората	
Партийные предпочтения электората	
Идентификация электората	

3.2. На основе проведенного анализа перечислите факторы, оказывающие решающее влияние на политические предпочтения избирателей:

- уровень доходов;
- особенности политической социализации и структура ценностных ориентаций;
- партийная идентичность;
- умело организованная избирательная кампания кандидата или партии;
- стремление сохранить существующий порядок и не допустить радикальных перемен;
- депривация;
- ситуативные факторы (настроения, выплаты заработной платы и др.)

3.3. Примените основные положения одной из теорий политического поведения (по выбору студента) к анализу российского политического поведения. Результаты анализа обсуждаются в ходе дискуссии на занятии.

Литература

Основная

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.

Гончаров Д.В. Теория политического участия. М., 1997. – 205 с.

Карминес Э.Г. Хакфельд Политическое поведение // Политическая наука: новые направления/ Под ред. Р. Гудина. – М., 1999.

Мелешкина Е.Ю. Политическое поведение. // Политические процессы: основные аспекты и способы анализа: Учеб. пособие. – М., 2001.

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.

Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

Дополнительная

Фармер М. Рациональный выбор: теория и практика // Полис. 1994. №3. С.21-44.

Шестопап Е.Б. Очерки политической психологии. – М.: ИНИОН, 1990.

Семинар 2-3. Управление политическими конфликтами (4 часа)

1. Технология контроля и управления политическим конфликтом: конфликтологические стратегии и частные тактические приемы.
2. Выявление политических конфликтов современности

Задание 1.

Проработка исторических аналогий в разрешении конфликтов. Выявление исторических аналогий и параллелей, состоявшихся способов разрешения и возможных альтернатив.

Используя учебный материал и историческую литературу, проанализировать факторы, повлиявшие на возникновение и развитие конкретных политических конфликтов в мировой и российской истории. Заполнить таблицу:

ФАКТОРЫ	ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОНФЛИКТЫ В ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА
БИОЛОГИЧЕСКИЕ	
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ	
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ	
ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ	

Каждый студент обрабатывает самостоятельную историческую ситуацию и выступает с 10-минутным сообщением на семинаре.

Задание 2.

Используя материалы периодической печати и литературу, проанализировать факторы, влияющих на возникновение и развитие политических конфликтов и кризисов в странах СНГ. Заполнить таблицу:

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНФЛИКТ, КРИЗИС	КРИЗИС
Грузино-Карабахский конфликт	
Конфликт в Украине	
Конфликт в Молдове (Приднестровье)	
ДРУГИЕ (ПО ВЫБОРУ)	

Задание 3

3.1. Выделите основные политические конфликты современного мира и ранжируйте их по уровням:

- международные;
- федеральные;
- региональные;
- местные.

3.2. Классифицируйте политические конфликты по типам.

3.3. Определить способы согласования социальных интересов (силовые или договорные) для разрешения следующих конфликтных ситуаций:

- забастовка шахтеров с требованием выплаты задолженности по заработной плате;
- стихийный митинг этнического меньшинства с требованием предоставления государственной независимости данному региону;
- несанкционированная демонстрация ультрарадикальной партии с требованием свержения существующего режима и предоставления власти временному революционному комитету;
- пикетирование здания правительства вкладчиками обанкротившегося банка с требованием вернуть потерянные деньги.

Предложить технологическую схему урегулирования конфликта.

Проработка технологии разрешения политического конфликта как одного из вариантов решения политической задачи. Метод проведения тренинга аналогичен тренингу (принятие политического решения).

Литература

Основная

Учебная

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.

Политическая конфликтология: Учебное пособие. – СПб.: Питер. 2008. – 319 с.

Аклакев А.Р. Этнополитическая конфликтология: Анализ и менеджмент: Учебное пособие. М.: Дело, 2005. – 471 с.

Кабылинский Б.В. Модель и технологии разрешения политических конфликтов в современной России // Власть. 2013. № 4. С.59-62.

Пушкарёва Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.;

Чув С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

Дополнительная

Козырев Г.И. Политическая конфликтология: Учебное пособие. М.: ИД «Форум Инфра-М. 2008. – 432 с.

Нэх В.Ф. Политический конфликт, технология инициирования, регулирования, разрешения // Вестник МГУ. Сер.12. Полит. Науки. 1995. № 5. С.43-60.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

<http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.

<http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».

<http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».

<http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».

Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,

Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,

Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,

Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,

Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,

Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,

Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,

Вести.ру (<http://www.vesti.ru>),

Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,

Страна.ру - <http://www.strana.ru>,

НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,

Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,

Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.

Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,

Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).

Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>

Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>

Портал социально-гуманитарное образование: политические науки // <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>

Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>

«Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>

Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») // <http://www.freedomhouse.org>.

- Проект «Страны на перепутье») «Countries at the Crossroads») // <http://www.freedomhouse.org>.
- Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) // <http://www.transparency.org>.
- Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
- Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
- Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
- Фонд Бертельсмманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Проект Индекс трансформации Бертельсмманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
- Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) // http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
- Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» // <http://www.atkearney.com/main>.
- Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>
- Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
- Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Семинар 4-5. Технологии политического лоббирования и GR – технологии (4 часа)

1. Механизм, ресурсы, адресаты, цели, методы и формы политического давления
2. Лоббизм и GR как общественно-политическое явление и как форма политического представительства интересов.
3. Технологии лоббирования: объект, субъект, цель лоббистской деятельности. Лоббистские организации (структуры и группы давления).
4. GR- технологии. Объект, субъект и цель GR- деятельности.
5. Структуры и группы давления.
6. Классификация субъектов GR-деятельности: структурный, структурно-функциональный, институционально- функциональный.

Задание на семинар №4:

Провести политологический анализ принятия актуального законопроекта
 Представить результаты анализа в виде технологической схемы.
 Участие в дискуссии.

Литература

Основная

Источники

<http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.
<http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».
<http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».
<http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».
 Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,
 Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,
 Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,
 Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,
 Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,
 Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.
 «Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,
 Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,
 Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,
 Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,
 Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,
 Вести.ру (<http://www.vesti.ru>),
 Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,
 Страна.ру - <http://www.strana.ru>,
 НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,
 Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,
 Грани.ру - <http://www.grani.ru>,
 Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.
 Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,
 Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).
 Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>
 Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>
 Портал социально-гуманитарное образование: политические науки // <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>
 Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>
 «Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>
 Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Страны на перепутье») («Countries at the Crossroads») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) // <http://www.transparency.org>.
 Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
 Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.

- Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) // <http://hdr.undp.org>.
- Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
- Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
- Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
- Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
- Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) // http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
- Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» // <http://www.atkearney.com/main>.
- Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>
- Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
- Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Задание на семинар №5: Сайты организаций, связанные с феноменом лоббизма

Российский профессиональный портал о лоббизме

Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти

Интерактивное сообщество для профессионалов в сфере Government Relations

База данных по лоббизму в США

Литература

Основная

GR-связи с государством. теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством. Учебное пособие / Под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой. — М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. — 407 с.

Белоусов А. Б. Лоббизм как политическая коммуникация: основы теоретического моделирования. Автореферат диссертации. Екатеринбург, 2004

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2019. — 365с.

Чувев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. — М.: Юрайт, 2019. — 244с.

Дополнительная

Бернстам М. Музыку в США заказывают лоббисты / BBC Russian, 30 октября 2008.

Дембицкий С. Г. Институт лоббирования в системе функционального представительства групп экономических интересов / Вестник МГОУ серия «Экономика» № 4, 2010

Байков А., Сушенцов А. Страновые особенности лоббизма в США и Японии / Журнал «Международные процессы». Том 8. Номер 2(23). Май-август 2010

Белоусов А. Современные практики лоббизма в США // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. 2013. Том. 13. Вып. 2

GR: теория и практика. Учебник. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2013

Белоусов А. Лоббизм в Европейском Союзе: корпорации vs НКО // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. 2014. № 3

Формирование системы цивилизованного лоббизма в России: GR и проблемы эффективности взаимодействия общества и власти / Под ред. В. И. Быкова, Л. Н. Галенской, Л. В. Сморгунова. — СПб.: СКФ «Россия-Нева», 2006.

Лоббизм: теория и практика / П. Я. Фельдман. – М.: Горячая линия – Телеком, 2015. – 120 с.: ил. – Серия «Информационные войны и цветные революции» ISBN 978-5-9912-0521-4

Любимов А.П. Лоббизм как конституционно-правовой институт. – М., 1998.

Любимов А.П. История лоббизма в России. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005 г. – 208 с.

Семинар 6-7. Коммуникативные технологии в политике (4 часа)

1. Агитационно-пропагандистские технологии в политике.
2. Маркетинговые, рекламные, информационные, брендинговые и PR технологии: цели, сферы применения, актуальные практики.
3. Выбор коммуникативных технологий в решении прикладных политических задач и модели их построения.
4. Интернет как ресурс политической коммуникации
5. Способы представления информации (визуализация, прототипирование, сценарии, story telling, road map и др.).
6. Интернет-технологии в деятельности российских государственных органов власти.
7. Интернет-технологии в деятельности российских политических партий.
8. Интернет-технологии в деятельности оппозиционных политиков.

Задание:

- Проанализировать коммуникативные технологии двух политических партий РФ (кабинетное исследование, мониторинг активности, анализ интернет-ресурсов – контент, дискурс), выявление, систематизация, типологизация инструментов, целевые аудитории, характер и содержание процессов коммуникации

- Провести сравнительный анализ по схеме:

Виды ресурсов	Целевые аудитории	Решаемые задачи	Содержание коммуникаций
Официальные ресурсы партий, проекты-спутники			
Специальные проекты (фандрайзинг, избирательные)			
Страницы, группы в социальных сетях, на YouTube, в блогосфере			
Интернет-телевидение, вебинары, видеохостинги			
Вирусные (спам, рассылки)			
Работа с Интернет-СМИ, Интернет-рекламой			

Некорректные Интернет-технологии			
----------------------------------	--	--	--

- Результаты представить в формате презентации.

На семинарах представить результаты, участие в обсуждении

Источники

Основные

Конституция Российской Федерации. - М., 1993

Федеральный закон "О выборах президента Российской Федерации" ФЗ от 17 мая 1995 №76-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. №21.

Федеральный закон "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации" ФЗ от 24 июня 1999. №121 ФЗ // Российская газета. 1- 3 июля, 1999.

Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательного права и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 19 сентября 1997.

Указ Президента РФ "О федеральной целевой программе повышения правовой культуры избирателей и организаторов выборов в Российской Федерации" от 28 февраля 1995 №228 // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. №10.

6. Доклад "Минченко Консалтинг": "Технологические аспекты выборов в парламент Великобритании в мае 2015 года" // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_55.html

7. Выборы в США: тренды и сюрпризы. Презентация выступления Е. Минченко на XL Международной конференции Общества по изучению культуры США "Американская культура: от становления нации к транснационализму" // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_45.html

8. Доклад "Минченко Консалтинг": "Итоги промежуточных выборов и перспективы выборов президента в США". Полная версия // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_49.html

9. Доклад «Минченко консалтинг»: «Политические стратегии кандидатов в губернаторы - 2013» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_37.html

10. Доклад «Минченко консалтинг»: «Выборы мэра Москвы: Сценарное программирование кампании и управление репутацией кандидатов» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_36.html

Дополнительные:

Федеральный закон от 12 мая 2009 года N 95-ФЗ «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами» (ред. от 19.11.2009)

Федеральный закон от 11 июля 2001 года № 95-ФЗ «О политических партиях» (ред. от 17.12.2009)

Федеральный закон от 27 декабря 2009 года N 357-ФЗ «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»

Литература

Основная

Учебная:

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.

Вилков А.А., Чекмарев Э.В. Политический менеджмент. Связи с общественностью. Учебно-метод. Пособие для студентов гуманитарных специальностей. – Саратов: Изд-во «Научная книга», 2006. – 397с.

Колесников В., Семенов В. Политический менеджмент: Учебное пособие. Ст-т 3 поколения для бакалавров. – СПб., 2012. – 320с.

Политический менеджмент. Учебное пособие /под общ. ред. Жукова В.И. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2004. – 944с.

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.

Соловьев А.И. Политология: Политическая теория. Политические технологии: Учебник. – М., 2004. – 559 с.

Чувев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

Монографии и статьи

Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательных кампаний. – М.: РЦОИТ, 2001. – 106с.

Барсамов В.А. «Цветные революции»: теоретический и прикладной аспекты // Социс. 2006. №8. С.57-66

Белоусов А.Б. Дискретная модель лоббистской коммуникации. // Полис. 2006. № 4. С.87-101

Беляева Н.Ю. Публичная политика в России: сопротивление среды // Полис. 2007. №1. С.22-32

Бляхер Л.Е., Огурцова Т.Л. Приключения легитимности власти в России, или воссоздание презумпции виновности. // Полис. 2006. №3.С.53-66

Борисов И., Заславский С. Партии на выборах. – М.: Европа, 2007. – 128с.

Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 184с.

Брицкий Г.О., Бражник О.В. Образы российской власти: от Ельцина до Путина. – М.: РОССПЭН, 2008. – 416с.

Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии: московская практика. – М.: Центр «Панорама», 2006. – 192с.

Булин Д. Большие выборы. Хроника политической мысли России. 2006-2008. – СПб: Алетейя, 2008. – 168с.

Бызов Л.Г. Бюрократия при В. Путине – субъект развития или его тормоз? // Социс.2006 №3. С.21-28.

Вилков А.А. Имиджевые технологии в контексте трансформации политической системы в современной России // Современные социально-политические технологии. Материалы 13 Всероссийской научно-практической конференции 15-16 мая 2008. Ижевск 2008. С. 130-139.

Гаман-Голутвина О.В. Российский парламентаризм в исторической ретроспективе и сравнительной перспективе (I). // Полис. 2006. №2. С.27-39

Гаман-Голутвина О.В. Российский парламентаризм в исторической ретроспективе и сравнительной перспективе (II). // Полис. 2006. №3.С.67-74

Гельман В.Я. Политические партии в России: от конкуренции – к иерархии // Полис. 2008. № 5. С. 135-152.

Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании. М., 1994. – 120 с.

Гусев Д.Г., Матвейчев О.А., Хадеев Р.Р., Чернаков С.Ю. Уши машут ослом: современное социальное программирование. – Пермь, 2002. – 640 с.

Ильясов Ф. Политический маркетинг: Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000. – 200 с.

Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства. М., 2004. – 457 с.

Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов. Круглый стол журнала «ПОЛИС», Шестопад Е. Б., Нестерова С. В., Смутькина Н. В., Макаренко Б. И., Кертман Г. Л., Межуев Б. В., Володенков С. В., Мельвиль А. Ю., Лапкин В. В., Гаман-Голутвина О. В., Штукина Т. А., Добрынина Е. П., Абрамов В. Ф. – Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 160-174 // <http://www.politstudies.ru/files/File/2012/4/14.pdf>

Панов П.В. Выборы в России: институциональная перспектива // Полис. 2008. № 5. С. 99-112.

Полуэктон В. Полевые и манипулятивные технологии. – М., 2003. – 459 с.

Скрипнюк И.И. Политическая реклама и политический PR в России // Общество и политика. – СПб. 2000. С. 192-244.

Соловьев Э.Г., Смирнов А.Н. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей? // Полис. 2008. № 5. С. 19-33.

Ткачев Д.Ш. Особенности функционирования институтов и социальных сетей на постсоветском пространстве. // Полис. 2006. №1. С.78-91.

Дополнительная

Бятец М.В. Лоббизм в правотворческой деятельности // Правоведение. 1998. № 1 (220). – С.46-51.

Большаков С.В., Ищенко Е.П. Предвыборная агитация: взгляд изнутри. М., 1999.

Винер Н. Человек управляющий. – СПб., Питер, 2001. 288 с.

Вишняков В.Г. Проблемы государственного регулирования «лоббизма» в Российской Федерации // Представительная власть: Мониторинг, анализ, информация. 1995. № 3(5).

Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. – М., 2002.

Воронина Е.П. Интернет и выборы: виртуальные избиратели и реальные голоса //США: экономика, политика, идеология, 1996. № 12. – С.21-45.

Голосов Г.В. Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов // Полис. 1997. № 5. С.47-54.

Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании. – М., 1994. -123с.

Гончаров Д.В. Теория политического участия. – М., 1997. – 205 с.

Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера. – М.: МГУ, 1995. – 103с.

26 основных понятий политического анализа // Политические исследования. 1993. №1. С.77-91.

Данкел Ж., Парнхэм Э. Ораторское искусство – путь к успеху. – СПб., 1997.

Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – М.: КДУ, 2003.

Дмитриева Е.В. Фокус-группа в маркетинге и социологии. – М., 1998.

Егорова Е. Технологические методики исследования личности политических лидеров. – М., 1998. - 224с.

Зяблук Н.Г. Лоббизм в США как политический институт. //США: экономика, политика, идеология. 2005. № 1,2. С.39-54.

Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000. -311с.

Имидж лидера / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. – М., 1994.

Карминес Э.Г. Хакфельд Политическое поведение // Политическая наука: новые направления/ Под ред. Р. Гудина. – М., 1999.

Ковлер А.И. Избирательная кампания: организация и методы работы с избирателями. – М., 1995.

Ковлер А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. – М., 1995.

- Ковлер А.И. Кандидат и его команда (организационная структура избирательной кампании). – М., 1995.
- Колосов В.А., Туровский Р.Ф. Электоральная карта России: генезис, структура, эволюция // Полис. 1996. № 6. С.76-85.
- Коноплин Ю.С. Маркетинговый анализ политического рынка и формирование политического товара. – М., 1995.
- Конфликт в сфере политики // Юридический конфликт: сферы и механизмы. Ч. 2. – М., 1994.
- Котляревский Ю., Шанцер А. Искусство моделирования и природа игры. – М., 1992.
- Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. – М., 1996.
- Которн Н. Президенты и секс. – Кн. 2. – Минск, 1997.
- Кумс К. Лоббизм и его регулирование: советы британского эксперта // Бизнес и политика. 1994. № 1. С.43-56.
- Кутырев Н.П. Технологии победы на выборах. – М., 1999.
- Кучеров Л.А. Правовое регулирование лоббистской деятельности в Российской Федерации. – М., 1998.
- Лаптенюк А. Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. – Минск, 1995.
- Лебедева М. Вам предстоят переговоры. – М., 1993.
- Лебедева Т.Ю. Искусство оболыщения. Паблик рилейшнз по-французски. – М., 1996.
- Левчик Д.А. Особенности подготовки и проведения избирательной кампании «от двери к двери» // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. 1995. № 3. С.39-43.
- Левчик Д.А. Митинги как форма предвыборной борьбы // Социс. 1995. С. 3 – 11.
- Лисовский С.Ф. Политическая реклама. – М., 2000.
- Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика. – М., 2000.
- Лукашев А.В., Пониделко А.В. Черный PR как способ овладения властью или бомба для имиджмейкера. – СПб., 2001.
- Лукашев А.В., Пониделко А.В. Анатомия демократии или черный PR как инструмент гражданского общества. – СПб., 2001.
- Лызлов В.Е. Победа, только победа! Методика предвыборной работы с кандидатами на выборные должности в России. – М., 1999.
- Любимов А.П. Гражданский лоббизм: процедуры и технологии обращений граждан. – М., 1998.
- Любимов А.П. Профессиональный лоббизм. – М., 1998.
- Любимов А.П. Правовые институты демократии в России и стран Европы: Выборы, лоббизм и парламентаризм. – М., 1999.
- Макаренко В.П. Групповые интересы и властно-управленческий аппарат: к методологии исследования. // Социс. 1996. № 11. С.56-71.
- Максимов А.К., Румянцев О.Г. Как победить на выборах. – М., 1995.
- Максимов М.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов. – М., 1999.
- Майроф Б. Лики демократии. Американские лидеры: Герои, аристократы, диссиденты, демократы. – М., 2000. 480 с.
- Мартынов Е.М. Моделирование и мониторинг выборов. – М., 1999.
- Мерфин Р. Технология избирательных кампаний в США // США: экономика, политика, идеология. – М., 1991. № 3.
- Мискоров Д.А. Политика и символы. – М., 1999.
- Миронов А.В., Варывдин В.А. Политология в логических схемах и понятиях. – М., 1998.
- Морозова И., Митрохин В.И. Россия: власть, президент, выборы. – М., 1996.

- Морозова И. Слагая слоганы. – М., 1998.
- Музыкант В.Л. Реклама: международный опыт и российские традиции. – М., 1991.
- Музыкант В.Л. Рекламные и PR технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М., 2001.
- Нагайчук А.Ф. Политический лоббизм: понятие, механизмы, роли заинтересованных групп: Автореф. дисс. к.и.н. – Кемерово, 1999.
- Наполитан Дж. 100 советов по организации избирательной кампании. – М., 1993.
- Недяк И.Л. Выборы: планирование и организация политической кампании. – М., 1995.
- Нойштадт Р. М. Э. Современные размышления. О пользе истории для тех, кто принимает решения. – М., 1999.
- Нолен Д. Избирательные системы. //Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт – М. С.54-62.
- Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. – М., 1996.
- Оливер С. Стратегия в публичных отношениях. – СПб.: Нева ИД, 2003
- Очерки по истории выборов и избирательного права. – Калуга – Москва, 1997.
- Патрушев В.И. Введение в теорию социальных технологий. – М., 1998.
- Перегудов С.С., Лапина Н.Ю., Семенов И.С. Группы интересов и Российское государство. – М., 1999.
- Петропавловский Н.Н. Ситников А.П. Путь к власти. – М., 1996.
- Планкетт Л., Хейл Г. Выработка и принятие управленческих решений. – М., 1984.
- Подготовка и проведение избирательных кампаний: Дайджест учеб. пособия Республиканской партии США. – М., 1999.
- Политические технологии (Обновление политической системы России) / Под ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С. – М., 1996.
- Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. – СПб., 1999.
- Политический имидж: «секреты» манипуляции массовым сознанием. Сб. статей. – СПб., 2000.
- Почепцов Г. Имидж и выборы: имидж политика, партии, президента. – Киев, 1997.
- Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. – Киев, 1997.
- Почепцов Г. Публичных отношений, или как успешно управлять общественным мнением. – М., 1998.
- Россия: Стратегия развития в XXI веке. Вариант анализа ситуаций и прогноза условий устойчивого развития. Ч. 1. – М., 1997.
- Рыскова Т.М. Политический портрет как метод диагностики статуса и влияния лидера // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. 1996. № 4. – С. 78-82.
- Сергеева Е.Я. Российский электорат: проблемы выбора и участия. – М., 1996.
- Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. – М., 1996.
- Степанов Е. Конфликтология переходного периода: методологические, теоретические, технологические проблемы. – М., 1996.
- Сунь-цзы, Галлиарди. Искусство войны и искусство маркетинга. – М., 2003,
- Лаптенко А. Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. – Минск, 1995.
- Тайна рекламного двора. Советы старого рекламиста. Дэвид Огилви и другие о рекламе. Б. м. и г.
- Таллок Г. Политический рынок. Экономический анализ политических процессов. – М., 1978.
- Технология и организация выборных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт //Под ред. Комаровского В. – М., 1993.
- Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: детство и отрочество. – М., 1995.

- Ушакова Т.Н. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. – М., 1995.
- Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. – М., 1991.
- Цветнов А. Управление социально-политическими процессами: технологии избирательной кампании, лоббирования, общественной деятельности. – М., 1995.
- Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. – М., 1999.
- Цуладзе А.М. Большая манипулятивная игра. – М., 2000.
- Шевченко Ю. Политическое участие в России // PRO et contra. 1998 № 3. С.37-48.
- Шитов В. Консультативный инжиниринг. – М., 1999.
- Юри У. Преодолевая «нет» или Переговоры с трудными людьми. – М., 1993.
- Яковлев И.Г. Проблемы политического анализа на основе компьютерных технологий. – М., 1998.

Литература на иностранных языках

- Anderson J.E. Public Policymaking. Boston. Houghton Mifflin 1990.
- Bruce V. Image of power. How the image makers shape our leaders. London. 1992.
- David D. Le marketing politique. – Paris, 1978.
- Diamond E. A.O. Pop goes politics. New media interactive formats and the 1992 presidential campaign // Campaign 92: new frontiers in political communication – American Behavioral Scientist: 1993. № 2.
- Hongwood B.W. Gunn L. Policy Analysis for the Real World. – Oxford, 1984.
- Jamieson R.H. Packaging the presidency. A history and criticism of presidential campaign advertising. – New York – Oxford, 1996.
- Lindon D. Marketing politique et social. – Paris, 1976.
- Leonard D. Elections in Britain Today. Macmillan Press Ltd, 1996.
- Luntz F. Candidats, Consultants and Campaigns. – N.Y., 1988.
- Political mythology and popular fiction. – New York, 1988.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- <http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.
- <http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».
- <http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».
- <http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».
- Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,
- Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,
- Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,
- Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,
- Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,
- Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.
- «Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,
- Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,
- Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,
- Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,
- Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,
- Вести.ру (<http://www.vesti.ru>),
- Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,
- Страна.ру - <http://www.strana.ru>,
- НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,
- Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,
 Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия»,
 «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.
 Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,
 Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).
 Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>
 Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>
 Портал социально-гуманитарное образование: политические науки //
<http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>
 Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>
 «Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на
 базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>
 Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» //
<http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Проект «Страны на перепутье») «Countries at the Crossroads») //
<http://www.freedomhouse.org>.
 Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) //
<http://www.transparency.org>.
 Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.
 Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.
 Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.
 Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) //
<http://hdr.undp.org>.
 Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена
 // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html
 Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
 Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>
 Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of
 Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). //
<http://www.csdg.uiuc.edu>.
 Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
 Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) //
http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
 Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» //
<http://www.atkearney.com/main>.
 Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>
 Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
 Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» //
<http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Семинар 8-9. Технологии управления политическими событиями и политической повесткой дня (4 часа)

1. Медийная картина действительности как способ интерпретации политического процесса: механизмы интерпретации.
2. Субъекты и объекты интерпретации политического процесса и способы ее предъявления.
3. Повестка дня как способ управления политикой (подборка тем, трактовка каждой темы в отдельности, а также на уровне идей, смыслов, концепций).
4. Уровни формирования повестки дня: политический, общественный и медийный.
5. Среда и ее влияние на процесс интерпретации (политический режим).
6. Специфика российской модели формирования повестки дня (гибридная модель).
7. Специфика западной модели формирования повестки дня.

Задание:

- Проанализировать актуальную политическую повестку дня власти и обществ за текущую неделю (кабинетное исследование, анализ традиционных СМИ, интернет-ресурсов – контент, дискурс).
- Провести сравнительный анализ по схеме:

Виды СМИ	Целевые аудитории	Решаемые задачи	Содержание коммуникаций
Информационные программы			
Специальные телевизионные проекты (официальные телевизионные каналы) (ток-шоу Соловьева, Право голоса и др.)			
Страницы, группы в социальных сетях, на Ю-тубе, в блогосфере			
Интернет-телевидение, вебинары, видеохостинги			
Вирусные (спам, рассылки)			
Работа с Интернет-СМИ, Интернет-рекламой			
Некорректные Интернет-технологии			

- Результаты представить в формате презентации.
- На семинарах представить результаты, участие в обсуждении.

Источники

Основные

Доклад "Минченко Консалтинг": "Технологические аспекты выборов в парламент Великобритании в мае 2015 года" // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_55.html

Выборы в США: тренды и сюрпризы. Презентация выступления Е. Минченко на XL Международной конференции Общества по изучению культуры США "Американская культура: от становления нации к транснационализму" // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_45.html

Доклад "Минченко Консалтинг": Итоги промежуточных выборов и перспективы выборов президента в США". Полная версия // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_49.html

Доклад «Минченко консалтинг»: «Политические стратегии кандидатов в губернаторы - 2013» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_37.html

Доклад «Минченко консалтинг»: «Выборы мэра Москвы: Сценарное программирование кампании и управление репутацией кандидатов» // http://www.minchenko.ru/analitika/analitika_36.html

Литература

Основная

Учебная:

Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями: Учебное пособие для вузов. - М., 2012. - 312 с.

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент: Учебное пособие. – М., 2003. – 400 с.

Соловьев А.И. Политология: Политическая теория. Политические технологии: Учебник. – М., 2004. – 559 с.

Чув С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

Монографии и статьи

Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательных кампаний. - М.: РЦОИТ, 2001. - 106с.

Барсамов В.А. «Цветные революции»: теоретический и прикладной аспекты // Социс. 2006. №8. С.57-66

Белоусов А.Б. Дискретная модель лоббистской коммуникации. // Полис. 2006. № 4. С.87-101

Беляева Н.Ю. Публичная политика в России: сопротивление среды // Полис. 2007. №1. С.22-32

Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст: задачник для копирайтеров. М., 2003.

Бляхер Л.Е., Огурцова Т.Л. Приключения легитимности власти в России, или воссоздание презумпции виновности. // Полис. 2006. №3. С.53-66

Борисов И., Заславский С. Партии на выборах. – М.: Европа, 2007. – 128с.

Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 184с.

Брицкий Г.О., Бражник О.В. Образы российской власти: от Ельцина до Путина. – М.: РОССПЭН, 2008. – 416с.

Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии: московская практика. – М.: Центр «Панорама», 2006. – 192с.

Булин Д. Большие выборы. Хроника политической мысли России. 2006-2008. – СПб: Алетейя, 2008. – 168с.

Бызов Л.Г. Бюрократия при В. Путине – субъект развития или его тормоз? // Социс. 2006 №3. С.21-28.

Вилков А.А. Имиджевые технологии в контексте трансформации политической системы в современной России // Современные социально-политические технологии. Материалы 13 Всероссийской научно-практической конференции 15-16 мая 2008. Ижевск 2008. С. 130-139.

- Гаман-Голутвина О.В. Российский парламентаризм в исторической ретроспективе и сравнительной перспективе (I). // Полис. 2006. №2. С.27-39
- Гаман-Голутвина О.В. Российский парламентаризм в исторической ретроспективе и сравнительной перспективе (II). // Полис. 2006. №3. С.67-74
- Гельман В.Я. Политические партии в России: от конкуренции – к иерархии // Полис. 2008. № 5. С. 135-152.
- Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании. М., 1994. – 120 с.
- Гусев Д.Г., Матвейчев О.А., Хадеев Р.Р., Чернаков С.Ю. Уши машут ослом: современное социальное программирование. – Пермь, 2002. – 640 с.
- Ильясов Ф. Политический маркетинг: Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000. – 200 с.
- Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий и партийного строительства. М., 2004. – 457 с.
- Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов. Круглый стол журнала «ПОЛИС», Шестопад Е. Б., Нестерова С. В., Смутькина Н. В., Макаренко Б. И., Кертман Г. Л., Межуев Б. В., Володенков С. В., Мельвиль А. Ю., Лапкин В. В., Гаман-Голутвина О. В., Штукина Т. А., Добрынина Е. П., Абрамов В. Ф. – Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 160-174 // <http://www.politstudies.ru/files/File/2012/4/14.pdf>
- Панов П.В. Выборы в России: институциональная перспектива // Полис. 2008. № 5. С. 99-112.
- Полужтков В. Полевые и манипулятивные технологии. – М., 2003. – 459 с.
- Скрипнюк И.И. Политическая реклама и политический PR в России // Общество и политика. – СПб., 2000. С. 192-244.
- Соловьев Э.Г., Смирнов А.Н. Международный имидж современной России: дефицит привлекательности или дефицит идей? // Полис. 2008. № 5. С. 19-33.
- Ткачев Д.Ш. Особенности функционирования институтов и социальных сетей на постсоветском пространстве. // Полис. 2006. №1. С.78-91.

Дополнительная

- Бятец М.В. Лоббизм в правотворческой деятельности // Правоведение. 1998. № 1 (220). – С.46-51.
- Большаков С.В., Ищенко Е.П. Предвыборная агитация: взгляд изнутри. М., 1999.
- Винер Н. Человек управляющий. – СПб., Питер, 2001. 288 с.
- Вишняков В.Г. Проблемы государственного регулирования «лоббизма» в Российской Федерации // Представительная власть: Мониторинг, анализ, информация. 1995. № 3(5).
- Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. – М., 2002.
- Воронина Е.П. Интернет и выборы: виртуальные избиратели и реальные голоса //США: экономика, политика, идеология, 1996. № 12. – С.21-45.
- Голосов Г.В. Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов // Полис. 1997. № 5. С.47-54.
- Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании. – М., 1994. -123с.
- Гончаров Д.В. Теория политического участия. – М., 1997. – 205 с.
- Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера. – М.: МГУ, 1995. – 103с.
- 26 основных понятий политического анализа // Политические исследования. 1993. №1. С.77-91.
- Данкел Ж., Парнхэм Э. Ораторское искусство – путь к успеху. – СПб., 1997.
- Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – М.: КДУ, 2003.
- Дмитриева Е.В. Фокус-группа в маркетинге и социологии. – М., 1998.
- Егорова Е. Технологические методики исследования личности политических лидеров. – М., 1998. - 224с.

- Зяблюк Н.Г. Лоббизм в США как политический институт. //США: экономика, политика, идеология. 2005. № 1,2. С.39-54.
- Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000. -311с.
- Имидж лидера / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман. – М., 1994.
- Карминес Э.Г. Хакфельд Политическое поведение // Политическая наука: новые направления/ Под ред. Р. Гудина. – М., 1999.
- Ковлер А.И. Избирательная кампания: организация и методы работы с избирателями. – М., 1995.
- Ковлер А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. – М., 1995.
- Ковлер А.И. Кандидат и его команда (организационная структура избирательной кампании). – М., 1995.
- Колосов В.А., Туровский Р.Ф. Электоральная карта России: генезис, структура, эволюция // Полис. 1996. № 6. С.76-85.
- Коноплин Ю.С. Маркетинговый анализ политического рынка и формирование политического товара. – М., 1995.
- Конфликт в сфере политики // Юридический конфликт: сферы и механизмы. Ч. 2. – М., 1994.
- Котляревский Ю., Шанцер А. Искусство моделирования и природа игры. – М., 1992.
- Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России. – М., 1996.
- Которн Н. Президенты и секс. – Кн. 2. – Минск, 1997.
- Кумс К. Лоббизм и его регулирование: советы британского эксперта // Бизнес и политика. 1994. № 1. С.43-56.
- Кутырев Н.П. Технологии победы на выборах. – М., 1999.
- Кучеров Л.А. Правовое регулирование лоббистской деятельности в Российской Федерации. – М., 1998.
- Лаптенюк А. Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. – Минск, 1995.
- Лебедева М. Вам предстоят переговоры. – М., 1993.
- Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. – М., 1996.
- Левчик Д.А. Особенности подготовки и проведения избирательной кампании «от двери к двери» // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. 1995. № 3. С.39-43.
- Левчик Д.А. Митинги как форма предвыборной борьбы // Социс. 1995. С. 3 – 11.
- Лисовский С.Ф. Политическая реклама. – М., 2000.
- Лисовский С.Ф. Евстафьев В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика. – М., 2000.
- Лукашев А.В., Пониделко А.В. Черный PR как способ овладения властью или бомба для имиджмейкера. – СПб., 2001.
- Лукашев А.В., Пониделко А.В. Анатомия демократии или черный PR как инструмент гражданского общества. – СПб., 2001.
- Лызлов В.Е. Победа, только победа! Методика предвыборной работы с кандидатами на выборные должности в России. – М., 1999.
- Любимов А.П. Гражданский лоббизм: процедуры и технологии обращений граждан. – М., 1998.
- Любимов А.П. Профессиональный лоббизм. – М., 1998.
- Любимов А.П. Правовые институты демократии в России и стран Европы: Выборы, лоббизм и парламентаризм. – М., 1999.
- Макаренко В.П. Групповые интересы и властно-управленческий аппарат: к методологии исследования. // Социс. 1996. № 11. С.56-71.

- Максимов А.К., Румянцев О.Г. Как победить на выборах. – М., 1995.
- Максимов М.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов. – М., 1999.
- Майроф Б. Лики демократии. Американские лидеры: Герои, аристократы, диссиденты, демократы. – М., 2000. 480 с.
- Мартынов Е.М. Моделирование и мониторинг выборов. – М., 1999.
- Мерфин Р. Технология избирательных кампаний в США // США: экономика, политика, идеология. – М., 1991. № 3.
- Мискоров Д.А. Политика и символы. – М., 1999.
- Мионов А.В. Варывдин В.А. Политология в логических схемах и понятиях. – М., 1998.
- Морозова И., Митрохин В.И. Россия: власть, президент, выборы. – М., 1996.
- Морозова И. Слагая слоганы. – М., 1998.
- Музыкант В.Л. Реклама: международный опыт и российские традиции. – М., 1991.
- Музыкант В.Л. Рекламные и PR технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М., 2001.
- Нагайчук А.Ф. Политический лоббизм: понятие, механизмы, роли заинтересованных групп: Автореф. дисс. к.и.н. – Кемерово, 1999.
- Наполитан Дж. 100 советов по организации избирательной кампании. – М., 1993.
- Недяк И.Л. Выборы: планирование и организация политической кампании. – М., 1995.
- Нойштадт Р. М. Э. Современные размышления. О пользе истории для тех, кто принимает решения. – М., 1999.
- Нолен Д. Избирательные системы. //Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт – М. С.54-62.
- Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. – М., 1996.
- Оливер С. Стратегия в паблик рилейшнз. – СПб.: Нева ИД, 2003
- Очерки по истории выборов и избирательного права. – Калуга – Москва, 1997.
- Патрушев В.И. Введение в теорию социальных технологий. – М., 1998.
- Перегудов С.С., Лапина Н.Ю., Семененко И.С. Группы интересов и Российское государство. – М., 1999.
- Петропавловский Н.Н. Ситников А.П. Путь к власти. – М., 1996.
- Планкетт Л., Хейл Г. Выработка и принятие управленческих решений. – М., 1984.
- Подготовка и проведение избирательных кампаний: Дайджест учеб. пособия Республиканской партии США. – М., 1999.
- Политические технологии (Обновление политической системы России) / Под ред. Анохина М.Г., Комаровского В.С. – М., 1996.
- Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. – СПб., 1999.
- Политический имидж: «секреты» манипуляции массовым сознанием. Сб. статей. – СПб., 2000.
- Почепцов Г. Имидж и выборы: имидж политика, партии, президента. – Киев, 1997.
- Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе. – Киев, 1997.
- Почепцов Г. Паблик рилейшенз, или как успешно управлять общественным мнением. – М., 1998.
- Россия: Стратегия развития в XXI веке. Вариант анализа ситуаций и прогноза условий устойчивого развития. Ч. 1. – М., 1997.
- Рыскова Т.М. Политический портрет как метод диагностики статуса и влияния лидера // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. 1996. № 4. – С. 78-82.
- Сергеева Е.Я. Российский электорат: проблемы выбора и участия. – М., 1996.
- Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования. – М., 1996.

- Степанов Е. Конфликтология переходного периода: методологические, теоретические, технологические проблемы. – М., 1996.
- Сунь-цзы, Галлиарди. Искусство войны и искусство маркетинга. – М., 2003,
- Лаптенюк А. Искусство информации. Выборы: работа с общественностью. – Минск, 1995.
- Тайна рекламного двора. Советы старого рекламиста. Дэвид Огилви и другие о рекламе. Б. м. и г.
- Таллок Г. Политический рынок. Экономический анализ политических процессов. – М., 1978.
- Технология и организация выборных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт // Под ред. Комаровского В. – М., 1993.
- Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: детство и отрочество. – М., 1995.
- Ушакова Т.Н. Ведение политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. – М., 1995.
- Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. – М., 1991.
- Цветнов А. Управление социально-политическими процессами: технологии избирательной кампании, лоббирования, общественной деятельности. – М., 1995.
- Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. – М., 1999.
- Цуладзе А.М. Большая манипулятивная игра. – М., 2000.
- Шевченко Ю. Политическое участие в России // PRO et contra. 1998 № 3. С.37-48.
- Шитов В. Консультативный инжиниринг. – М., 1999.
- Юри У. Преодолевая «нет» или Переговоры с трудными людьми. – М., 1993.
- Яковлев И.Г. Проблемы политического анализа на основе компьютерных технологий. – М., 1998.

Литература на иностранных языках

- Anderson J.E. Public Policymaking. Boston. Houghton Mifflin 1990.
- Bruce V. Image of power. How the image makers shape our leaders. London. 1992.
- David D. Le marketing politique. – Paris, 1978.
- Diamond E. A.O. Pop goes politics. New media interactive formats and the 1992 presidential campaign // Campaign 92: new frontiers in political communication – American Behavioral Scientist: 1993. №2.
- Hongwood B.W. Gunn L. Policy Analysis for the Real World. – Oxford, 1984.
- Jamieson R.H. Packaging the presidency. A history and criticism of presidential campaign advertising. – New York – Oxford, 1996.
- Lindon D. Marketing politique et social. – Paris, 1976.
- Leonard D. Elections in Britain Today. Macmillan Press Ltd, 1996.
- Luntz F. Candidats, Consultants and Campaigns. – N.Y., 1988.
- Political mythology and popular fiction. – New York, 1988.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- <http://politike.ru/> – Национальная политическая энциклопедия: словари и справочники по политологии, статьи и биографии.
- <http://grachev62.narod.ru> – «Библиотека Михаила Грачева».
- <http://lib.ru/POLITOLOG/> – «Библиотека Максима Мошкова».
- <http://www.politnauka.org/> – «ПолитНаука».
- Портал «Официальная Россия» Официальное представительство российской власти в Сети. (Russian Government Internet Network (RGIN) - <http://www.gov.ru>,
- Сервер Госдумы - <http://www.duma.gov.ru>,
- Сервер Совета Федерации - <http://www.council.gov.ru>,
- Сайт Правительства - <http://www.pravitelstvo.gov.ru>,
- Сервер президента - <http://president.kremlin.ru>,

Сайты и форумы политических партий, лидеров, движений: сравнительная характеристика.

«Московский Либертариум» - <http://www.libertarium.ru>,

Куличкинский политцентр - <http://polit.kulichki.net>,

Сводка Национальной службы новостей - <http://www.nns.ru>,

Газета.ру - <http://www.gazeta.ru>,

Лента.ру - <http://www.lenta.ru>,

Вести.ру (<http://www.vesti.ru>,

Агентство политических новостей - <http://www.apn.ru>,

Страна.ру - <http://www.strana.ru>,

НТВ.ру - <http://www.ntvru.com>,

Инопресса.ру - <http://www.inopressa.ru>,

Грани.ру - <http://www.grani.ru>,

Электронные версии газет, журналов, теле и радио программ («Известия», «Коммерсантъ», «Русский телеграф», «Независимая газета» и др.

Радио «Эхо Москвы» - <http://www.echo.msk.ru>,

Радио «Свобода» - <http://www.svoboda.org>).

Политический атлас современности // <http://www.polit.atlas.ru/>

Полит.ру - Портал политических новостей // <http://www.polit.ru/>

Портал социально-гуманитарное образование: политические науки // <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/261/47>

Политическая наука в России и мире // <http://www.politnauka.org/links/science.php>

«Полития» (Polity) - Интегрированная сеть изучения социетальных конфликтов на базе Университета Мериленда // <http://www.cidcm.umd.edu/inscr/polity>

Неправительственная некоммерческая организация «Freedom House» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проекты:

Проект «Переходные нации» («Nations in Transit» // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Свобода прессы» («Freedom of the Press») // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Баланс свободы» («Свобода в мире» - «Freedom in the World») // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект «Страны на перепутье» («Countries at the Crossroads») // <http://www.freedomhouse.org>.

Неправительственная организация «Transparency International» (ТИ) // <http://www.transparency.org>.

Проект Индекс восприятия коррупции (ИВК) // <http://www.freedomhouse.org>.

Проект Барометр мировой коррупции // <http://www.freedomhouse.org>.

Программа развития ООН (ПРООН) // <http://hdr.undp.org>.

Проект Рейтинг стран по индексу человеческого развития (ИЧР) // <http://hdr.undp.org>.

Проект Хельсинского университета под руководством Т. Ванханена // http://www.politology.vuzlib.net/book_o236_page_50.html

Фонд Бертельсманна // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>

Проект Индекс трансформации Бертельсманна (ИТБ) // <http://www.bertelsmann-transformation-index.de>

Центр изучения демократического управления («The Centre for the Study of Democratic Governance») // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Проект Индекс демократии (The Democracy Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Проект верховенства права (Rule of Law Index) // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Проект свободы предпринимательства (The Free Enterprise Index). // <http://www.csdg.uiuc.edu>.

Организация «Репортеры без границ» // <http://www.rsf.org>.
 Проект Индекс свободы прессы (Worldwide Press Freedom Index) // http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=554
 Консалтинговая компания «А.Т.Кearney» и журнал «Foreign Policy» // <http://www.atkearney.com/main>.
 Проект Индекс глобализации // <http://www.atkearney.com/main.taf?p=5,4,1,116>
 Институт Катона // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.
 Проект Обзор «Экономическая свобода в мире» // <http://www.cato.org/pubs/efw/index.html>.

Контент социальных сетей

(ВКонтакте, Одноклассники, Мой мир, Фейсбук и др.).

Семинар 10-12. Управление избирательной кампанией (6 часов)

Тренинг 1. Прикладной политический анализ (2 часа)

1. Политический анализ современного информационно - политического рынка российских СМИ

Изложение основных выводов по проведенному анализу (с аргументированной точкой зрения) в 5-ти минутном выступлении (презентации студентов, их коллективный анализ, корректировка)

Участие в дискуссии по выступлениям.

Задание:

Самостоятельно при подготовке к занятию провести анализ:

- информационно-аналитических статей в прессе (различной политической направленности);
- информационно-аналитических передач на различных каналах радио и телевидения;
- политических документов и материалов, размещенных на сайтах политических организаций, лидеров, СМИ в Интернете.

Результаты анализа представить в форме презентации, в которой отразить:

- позицию автора;
- аргументы и обоснования данной автором позиции;
- самостоятельность авторской точки зрения (собственные политические убеждения, политический заказ определенных кругов политической, экономической элиты);
- влияние направленности издания (теле-радио канала) на позицию, представленную в анализируемом материале;
- свое отношение к изложенной автором позиции.

2. Анализ политической ситуации в России и мире (за текущую неделю)

Представить свою позицию на занятии (3-5 минут).

Высказать мнение об одном из представленных материалов.

Задание:

Самостоятельно подготовить информационно-аналитический материала по событиям ближайшей к занятию недели в форме аналитической статьи для СМИ (объем 4 страницы) или в форме аналитического выступления для теле-(радио) передачи (время на изложение позиции – 5 минут).

3. Расчет уровня политической стабильности ситуации современной России

Выступить в роли экспертов и подсчитать индекс политического риска с использованием технологии подсчета BERI (Business Environment Risk Index).

Способ выполнения:

1. Ввести 15 параметров, служащих для оценки уровня политической стабильности (например, степень угрозы правящим силам: степень экономического роста и др.)
2. Определить «вес» (значение) каждого параметра по следующей шкале: 3,0; 2,0; 2,5; 1,5; 1,0.
3. Оценить предложенные параметры в соответствии с коэффициентами от 0 до 4-х.
4. Результаты и подведение итогов представить в виде таблицы (поставленная оценка умножается на вес параметра).

№№	Параметр оценки	Вес параметра	Оценка	Итог

Шкала оценки:

Риск практически отсутствует 83-100

Очень низкий – 75-82

Низкий – 67-74

Заметный – 60-66

Ниже среднего – 51-59

Средний – 45-50

Выше среднего – 40-44

На грани допустимого – 34-39

Недопустимый (кризис) – 33-0

Источники

«Российская газета», «Московский комсомолец», «Газета», «Известия», «Новая газета», «Коммерсант», «Новые известия» «Сегодня» «Время МН», «Правда», «Советская Россия» и др.

«Коммерсант-власть», «Итоги», «Журнал» и др.

(по 1 аналитической статье в изданиях различной направленности)

Еженедельные итоговые аналитические теле и радиопередачи

Литература

Основная:

Ахрименко А.С. Политический анализ и прогнозирование: Учебное пособие. М.: Гардарики, 2006.Дополнительная:

Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями: Учебное пособие для вузов. - М., 2012. - 312 с.

Попова О. В. Политический анализ и прогнозирование: Учебник / О. В. Попова. — М.: Аспект Пресс, 2011.

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.

Чув С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

26 основных понятий политического анализа // Политические исследования. 1993. № 1. – С.77-91

Дополнительная:

Мелешкина Е.Ю. Политическое поведение// Политические процессы: основные аспекты и способы анализа. Уч. Пособие. М. 2001. – С.152-172.

Россия: Стратегия развития в XXI веке. Вариант анализа ситуаций и прогноза условий устойчивого развития. Ч. 1. – М., 2014.

Тренинг 2. Постановка политической задачи, принятие и реализация политического решения (2 часа)

1. Постановка политической задачи

Задание 1.

На основе результатов первого тренинга выделить актуальные задачи, требующие политического решения.

Дать корректную формулировку 2-х политических задач, обосновать их важность и преследуемые цели.

Определить:

- тип задачи;
- уровень принятия задачи;
- масштаб;
- ресурсы (финансовые, административные, временные), необходимые для ее решения.

Задание 2.

Провести обсуждение и выбор политической задачи, над решением которой будет работать группа.

Окончательный выбор задачи осуществляется на основе итогов голосования и экспертной оценки преподавателя.

2. Отработка механизмов принятия политического решения.

Задание 1

Провести командную выработку вариантов возможных политических решений.

Для проведения «интеллектуальной разминки» преподаватель делит студентов на три группы. Две группы вырабатывают свои версии политического решения проблемы. Отрабатывается техника «мозгового штурма».

Третья группа выступает в роли экспертов.

Командам дается 10 минут на выработку версий и по 5 минут на представление своих версий.

В течение 10 минут проводятся дискуссии и даются ответы на вопросы.

По итогам эксперты оценивают работы команд (от 0 до 3-х баллов) Баллы экспертов суммируются. Преподаватель участвует в работе в качестве эксперта. Побеждает команда, набравшая большее число баллов. Оценка, подсчет баллов, итоговое выступление преподавателя – 5 минут.

Задание 2.

Разработать индивидуальную версию политического решения поставленной проблемы.

2.1. Каждый из студентов готовит матрицу решения проблемы (карта функционального проектирования) - 15 минут.

В течение этого времени преподаватель задает каждому из студентов по 2-3 проблемных вопроса.

2.2. Обмен индивидуальными версиями внутри команд (5 минут на ознакомление с каждым вариантом).

Обмен работами происходит по кругу, до возвращения собственного варианта с рецензиями и вопросами остальных членов команды (Если группа большая, то можно ограничиться тремя рецензиями на каждую версию). (Не больше 20 минут)

2.3. Автор вносит те изменения, с которыми он согласен (перепроектирует версию) и готовит аргументы по не принятым замечаниям. (10 минут)

Задание 3.

3.1. На основе индивидуальных версий составить командную модель политического решения (20 минут).

3.2. Представить командную версию в виде матрицы (схемы) на доске и дать необходимые пояснения (по 5 минут).

3.3. Защита версий (проблематизация: вопросы соперников, преподавателя, экспертов)

На подготовку ответов команды получают по 10 минут. Ответы на вопросы даются игроками по очереди (по 1-1,5 минуте на ответ)

3.4. Оценка экспертов – выступление каждого эксперта с рецензией.

3.5. Подведение преподавателем итогов работы.

В качестве проблем, требующих политического решения, избираются актуальные политические вопросы международного, федерального, регионального, местного уровней.

Например:

- реформа армии;
- урегулирование политического конфликта (актуального на день проведения тренинга) и др.

Задание 4.

4.1. Самостоятельная проработка механизма решения избранной политической задачи по схеме:

- содержание проблемы (точная формулировка);
- уровень (масштаб) проблемы (международный, федеральный, региональный, местный);
- сфера (отрасль): политико-финансовая, политико-правовая, политико-экономическая, политико-культурная, политико-социальная, др.
- компетенция (уровень) принятия (регулирования): Федеральное собрание, представительный орган субъекта Федерации, Президент, Правительство РФ Глава администрации субъекта Федерации, Правительство субъекта федерации, органы самоуправления, политические партии, общественно-политические организации;
- сторонники (различные общественно-политические и государственные институты, политические элиты, лидеры и др.);
- оппоненты (различные общественно-политические и государственные институты, политические элиты, лидеры и др.);
- ресурсы (финансовые, временные, кадровые);
- объективные положительные факторы;
- объективные негативные факторы;
- источники информации, критерии отбора;
- исторические примеры и аналогии;
- исполнители;
- механизм исполнения;
- планируемый результат;
- оценка необходимости и сложности принятия.

Результаты проведенной проработки фиксируются в аналитической справке, схеме и матрице решения.

4.2. Защита проектов на занятии.

4.3. Составление матрицы расстановки политических сил (на основе отношения участников к поставленной проблеме)

ультраправые	праворадикальные	правый центр	центр	леворадикальные	ультралевые

Источники

Газеты: «Российская газета», «Московский комсомолец», «Газета», «Известия», «Новая газета», «Коммерсант», «Новые известия», «Сегодня». «Время МН», «Правда», «Советская Россия» и др.

Журналы: «Коммерсант-власть», «Итоги», «Эксперт» и др.

(по 1 аналитической статье в изданиях различной направленности)

Еженедельные итоговые аналитические теле и радиопередачи

Литература

Основная:

Анохин М.Г. Политика: возможности современных технологий. М., 1998

Литвак Б.Г. Экспертные оценки и принятие решений. – М., 1996.

Пушкарёва Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.

Чув С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

Дополнительная:

Нойштадт Р. М. Э. Современные размышления. О пользе истории для тех, кто принимает решения. – М-, 1999.

Тренинг 3. Деловая (ролевая игра): Избирательные технологии (2 часа)

Тренинг проводится в форме ролевой игры.

Сценарий ролевой игры. «ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КАМПАНИЯ: ВЫБОРЫ МЭРА Г. ФИШПОВА»²

Пояснительная записка

В ходе игры студенты, участвуя в отработке важнейших этапов избирательной кампании, получают практические навыки постановки и реализации политических задач, политического консультирования, лоббирования, политической мобилизации и собственно выборных технологий.

Игра рассчитана на два 4-х часовых занятия. 2 часа отведено на подведение итогов.

Сценарий деловой игры предполагает самостоятельную (внеаудиторную) работу студентов по проведению социологических исследований (в форме анкет, интервью и др.) и по подготовке предвыборных документов, рекламных и пропагандистских материалов.

Аудиторные занятия построены исходя из этапов предвыборной кампании.

Сценарий игры предусматривает формирование двух команд кандидатов (избирательных штабов).

Задача команд – социологическое исследование электората и избирательного округа; разработка стратегии и тактики кампании; формирование имиджа лидера; проведение кампании; подведение итогов голосования.

Игра многоролевая: студенты исполняют несколько ролей, исходя из избранной ими структуры избирательного штаба (например, один человек получает роли руководителя пресс-центра и члена оперативной группы).

² Город Фиппов как избирательный округ приравнивается по уровню к г. Москве – субъекту РФ. Соответственно на него распространяется закон г. Москвы «О выборах мэра и вице-мэра, депутатов Городской думы и советников районного собрания».

Базой проведения игры является ФИПП ИАИ. Все сотрудники, преподаватели, студенты факультета составляют избирательный округ и, соответственно, являются базовым электоратом для проведения выборов.

Игра завершается выборами и подведением их итогов³

Работа команд оценивается преподавателем и группой экспертов. Победа кандидата на выборах дает команде 5 призовых баллов.

Участие в игре каждого студента оценивается по рейтинговой системе, исходя из реального вклада участников в подготовку и проведение кампании (числу сыгранных ролей, разработанных предвыборных проектов; проведенных социологических исследований, агитационной работе и др.).

1 ЭТАП. Старт избирательной кампании

1.1. Организационный блок

Вступительное слово преподавателя: объяснение условий игры, ознакомление студентов со сценарием игры.

Распределение ролей:

Кандидаты на пост мэра города - 2 человека;

Члены штаба команды кандидата.

Кандидатов в депутаты выбирают студенты группы путем голосования.

Далее кандидаты формируют свои штабы из числа студентов группы и распределяют роли.

Структура каждого штаба изображается в виде схемы и комментируется устно одним из игроков команды.

1.2. Подготовительный блок (подготовка и проведение социологических исследований)

Определение командами форм и методик социологических исследований; распределение заданий внутри команд.

В процессе подготовки к следующему этапу игры (следующему учебному занятию) каждая команда проводит социологические исследования электорального поля по следующим параметрам различных групп избирателей (преподаватели, сотрудники, студенты различных специальностей и курсов):

- образование;
- профессионально-квалификационный уровень;
- демографические показатели (пол, возраст);
- социальные признаки (принадлежность к определенной социальной группе);
- поведенческие характеристики электоральных групп;
- доминирующие нормы политической культуры
- электоральные предпочтения;
- др.

На занятии команды готовят формы опросников, анкет и др. материалов, на основании которых ко второму занятию должна быть подготовлена «карта» электората, в которой определяются его основные сегменты, сторонники, противники и колеблющиеся группы электората. Определяются сильные и слабые стороны конкурента.

Время проведения: 0,5 часа плюс внеаудиторная работа команд.

2 ЭТАП. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

Вступительное слово преподавателя: подведение итогов 1 этапа и постановка задач второго этапа.

³ В ходе игры разрешено все, что предусмотрено действующим законодательством, но не вредит имуществу РГГУ (агитационные объявления размещаются исключительно на досках объявлений) и не мешает проведению учебных занятий.

2.1. В начале второго занятия (конец первого этапа) представитель штаба команды кандидата дает свою оценку предвыборной политической ситуации (по итогам социологического исследования) по следующим параметрам:

- оценка электората (пассивная/ активная группы; адресные группы);
- основные темы (проблемы), волнующие электорат;
- узнаваемость кандидата;
- имиджевые предпочтения электората;
- др.

2.2. Разработка стратегии (генерального плана) избирательной кампании

Команды в аудитории методом «мозгового штурма» разрабатывают основные темы (идеи) кампании, ее лозунг (слоган), определяют «изюминки» кампании и сроки их подачи. При выработке стратегии следует учесть следующие параметры:

- временные ресурсы;
- интеллектуальные и творческие ресурсы (дополнительно оценивается умение привлечь добровольных помощников в свою команду);
- организационные и технические ресурсы;
- административные ресурсы (выходы на администрацию города ФИППова);
- информационные ресурсы.

2.3. Разработка стратегического плана по формированию имиджа кандидата и построение технологической схемы проработки образа кандидата.

2.4. Разработка тактики избирательной кампании (в форме тезисов).

2.5. Построение плана-графика избирательной кампании.

2.6. Разработка на основе плана-графика необходимых оперативных планов (план раскрутки имиджа, план - график встреч кандидата с избирателями, план работы со СМИ и др. по выбору команд) в форме таблицы с конкретными сроками проведения мероприятий.

2.7. Разработка программы кандидата.

2.8. Разработка перечня информационно-рекламных материалов.

Итог этапа - представление преподавателю разработанных документов.

Время проведения: 0,5 часа.

3 ЭТАП. ТАКТИЧЕСКИЙ: РЕКЛАМНО-АГИТАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ

Проведение рекламно-агитационной кампании в соответствии с разработанными командами планами.

Этап проходит в основном как самостоятельная (внеаудиторная) работа студентов. На занятии могут быть проведены некоторые мероприятия избирательной кампании, например:

- выступление кандидата с программой;
- интервью кандидата прессе (можно пригласить на занятие корреспондента газеты РГГУ);
- ток-шоу с участием кандидата;
- встреча кандидатов и др.

4 ЭТАП. ФИНАЛ: ВЫБОРЫ. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

1.1. Организационная и техническая подготовка выборов.

В процессе подготовки к финальному этапу решаются задачи организационной и технической подготовки выборов:

- формирование избирательной комиссии (по 4 человека от команд);
- подготовка списков избирателей;
- оповещение избирателей о времени и месте голосования (время – перерывы в учебных занятиях);
- подготовка и тиражирование избирательных бюллетеней;
- назначение наблюдателей (из числа добровольных помощников)

- обеспечение помещением для проведения голосования (заказ аудитории в деканате),
- обеспечение урны для голосования).

1.2. Проведение выборов.

1.3. Подсчет голосов и подведение итогов голосования.

Подведение итогов игры с разбором работы команд на каждом из этапов.

Результаты игры оцениваются в баллах:

1 этап – от 0 до 5 баллов

2 этап – от 0 до 7 баллов

3 этап от 0 до 7 баллов

4 этап 0 или 5 баллов (0 баллов – поражение на выборах; 5 баллов – победа).

Полученные баллы суммируются. Таким образом, учитывается не только победа на выборах, но и умение грамотно провести избирательную кампанию.

Время проведения – 1 час.

Источники

Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательного права и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 19 сентября 1997.

Литература

Основная:

Володенков С.В. Политический менеджмент и управление современными политическими кампаниями. – М., 2019. – 584с.;

Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями. – М., 2012. – 312с.;

Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании // Полис, 1993. - №4. – С.134-138.

Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М.: Эксмо, 2008. – 640с.

Наполитан Дж. Электоральная игра /пер. с англ. – М.: ЦПК Никколо-Медиа, 2002. – 400с.

Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2019. – 365с.

Чуев С.В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2019. – 244с.

Янбухтин Э. Единая Россия. Технологии успешной избирательной кампании. – М.: Вершина, 2008. – 144с.

Дополнительная

Абашкина Е., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю. и др. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. Психологическое пособие для политиков. Антиква, 1993

Абашкина Е., Егорова-Гантман Е. и др. Имидж лидера. – М.: Никколо-Медиа, 1999. – 201с.

Архангельская Н. Пиар белый и черный с последующим сеансом разоблачения // Эксперт, 2003. - № 45. - С.76-81.

Баранов Н., Исаев Б. Политические отношения и политический процесс в современной России. – СПб: Питер, 2008. – 400с.

Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 184с.

Борисов И., Заславский С. Партии на выборах. – М.: Европа, 2007. – 128с.

- Брицкий Г.О., Бражник О.В. Образы российской власти: от Ельцина до Путина. – М.: РОССПЭН, 2008. – 416с.
- Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии: московская практика. – М.: Центр «Панорама», 2006. – 192с.
- Булин Д. Большие выборы. Хроника политической мысли России. 2006-2008. – СПб: Алетейя, 2008. – 168с.
- Война по правилам и без... Технологии изготовления предвыборных миражей. Учебно-практическое пособие /автор-сост. Максимов А.А. – М.: Дело, 2003. – 320с.
- Вылегжанин Д. Введение в политическую имиджологию. – М.: Флинта / МПСИ, 2008. – 136с.
- Гринберг Т.Э. Политические технологии. PR и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 320с.
- Гришин Н.В. Основы проведения избирательных кампаний. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 184с.
- Егорова-Гантман Е., Плешаков К., Байбакова В.Б. Политическая реклама. – М.: Никколо-Медиа, 2002. – 240с.
- Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. - М.: ИМА-Пресс, 2000. - 200с.
- Киселев К.В. Политический слоган: проблемы семантической политики и коммуникативная техника. - Екатеринбург: УрО РАН, 2002. – 246 с.
- Клеммер Дж. Как создать команду победителей. Корпоративная культура, системы мотивации и вечные принципы успеха. – М.: СмартБук, 2009. – 208с.
- Клима Р., Ходж Дж. Математика выборов. – М.: МЦНМО, 2007. – 224с.
- Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика. Учебное пособие для кандидатов и избирателей. - М.: РАУ «Университет», 2000. - 319с.
- Максимов А.А. Война по правилам и без... Технологии изготовления предвыборных миражей. – М.: Дело, 2003. – 320с.
- Назаретян А.П. Психология стихийного массового поведения: толпа, слухи, политические и рекламные кампании. Учебное пособие. – М.: Академия, 2005. – 160с.
- Наполитан Дж. 100 советов по организации избирательной кампании /пер. с англ. – М.: Арктур, 1993.
- Ольшевский А.С. Негативные PR-технологии. – М.: Инфра-М, 2004. – 329с.
- Панарин И.Н. Информационная война, PR и мировая политика. Учебное пособие. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006. – 352с.
- Саква Р. Путин: Выбор России /пер. с англ. – М.: Олма-Пресс, 2005. – 480с.
- Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. - М.: Вагриус, 1999. – 264с.
- Технологии политического успеха /под ред. Нечаева В.Д. – М.: Национальный институт Высшая школа управления, 2007. – 336с.
- Ушакова Н., Стрижова А. Имиджология. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 280с.
- Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. - М.: Алгоритм, 2000. - 336с.
- Цыганов В.В., Бухарин С.Н. Информационные войны в бизнесе и политике. Теория и методология. – СПб: Академический проект, 2007. – 336с.
- Шабров О.Ф. Выборы и технологии избирательных кампаний // Политология. Учебник /под общ. ред. Комаровского В.С. - М.: Изд-во РАГС, 2006. – С.489-502.
- Шейнов В. Психология лидерства, влияния, власти. – Минск: Харвест, 2008. – 656 с.
- Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М.: Омега-Л, 2009. – 567 с.

Материально-техническое обеспечение семинарских и практических занятий

Материально-технические средства: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран, учебная доска (интерактивная учебная доска) и инструменты (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

При подготовке к текущим аттестациям (раздел 1, 2) студент готовит презентацию с решением кейс-задачи 20 слайдов, в соответствии с предложенной тематикой, по выбору студента.

Презентация должна содержать основные результаты решения экспертно-аналитической кейс-задачи выбранной студентом по согласованию с преподавателем.

Рекомендации по подготовке слайдов к презентации доклада

1. Количество слайдов приблизительно 20.
2. Начинайте презентацию с темы кейса.
3. Не перегружайте слайды информацией. На одном слайде рекомендуется размещать 6-7 строчек текста.
4. Оставляйте на слайде широкие поля, группируя информацию в центре
5. Следите за тем, чтобы изображения были правильно подобраны и скомпонованы.
6. Располагайте текст и изображения в порядке важности. Используйте стрелки и указатели.
7. Выделяйте важный элемент, делая его больше и ярче других.
8. Выбирайте яркие цвета для шрифта и пастельные – для фона. Текст слайда должен быть абсолютно читаемым.
9. На одном слайде используйте не более двух цветов.
10. Придерживайтесь единого стиля оформления всех слайдов в презентации.
11. Не злоупотребляйте графикой и анимацией – разнообразие шрифтов, картинок и технические трюки отвлекают от содержания доклада.
12. Располагайте информацию подальше от края слайда, т.к. текст может не попасть в поле проекции.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете истории, политологии и права Историко-архивного института РГГУ кафедрой теоретической и прикладной политологии.

Цель дисциплины: изучить менеджерские подходы к политике, структуру и содержание управления политическими процессами в российской и мировой практике; научить студентов самостоятельно разрабатывать и реализовывать политические технологии в государственном и общественно-политическом секторе.

Задачи дисциплины:

- характеристика проблемного поля и современного состояния научных исследований в области политического менеджмента, изучение ключевых концепций современного менеджмента и политического менеджмента, теоретических оснований, методов, типов и форм политического управления и политического менеджмента;
- анализ актуальных и эффективных менеджерских технологий в политике, реализуемых в государственном секторе, политических партиях, общественно-политических организациях и др.;
- изучение проблемы постановки и решения политических задач как инструмента политической деятельности;
- формирование навыков управления политическими проектами и технологиями политического управления;
- овладение студентами навыками реализации современных менеджерских политических технологий (имиджевые, позиционирование политических акторов, продвижение политических проектов и лидеров, коммуникативных кампаний, избирательных кампаний, переговорных и др.);
- приобретение студентами навыков работы в команде.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- владеть базовыми и специальными знаниями и навыками теоретического и прикладного характера в области политических наук (ОПК-4.1);
- выполнять базовые функции сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ (ОПК-6.2);
- знать основы организационной культуры: ценности, нормы, принципы деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, язык и стиль общения в деловой среде (ОПК-6.3).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: структуру и содержание технологий политического анализа, консультирования, лоббирования, постановки и решения политических задач, ведения политических переговоров, подготовки и проведения избирательной кампании (ОПК-4.1); методику проведения прикладного исследования политического процесса (ОПК-4.1); основное содержание функциональных обязанностей сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ (ОПК-6.2); проектные технологии организации политического процесса, исходя из существующих ценностей, норм, принципов деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, языка и стиля общения в деловой среде (ОПК-6.3); организационную специфику применения политических технологий в современной России (ОПК-6.3).

Уметь: самостоятельно проводить прикладные политологические исследования социокультурных, экономических, собственно политических процессов в рамках обеспечения деятельности руководителя организации при исполнении своих профессиональных обязанностей (ОПК-4.1); подготавливать к распространению служебную документацию (письма, обращения, служебные записки, ответы на входящие запросы, другие тексты по общественно-политической проблематике) в соответствии со своими базовыми функциями сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ (ОПК-6.2); разрабатывать и реализовывать прикладные политические технологии и проекты, исходя из сложившихся основ организационной культуры: ценностей, норм, принципов деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, языка и стиля общения в деловой среде применения политических технологий (ОПК-6.3).

Владеть: методиками применения результатов прикладного политологического анализа, обработки и интерпретации информации для построения рациональных технологий в разработке и реализации политических технологий и проектов (ОПК-4.1); прикладными навыками составления служебной документации (письма, обращения, служебные записки, ответы на входящие запросы, другие тексты по общественно-политической проблематике) в соответствии со своими базовыми функциями сотрудников младшего звена органов государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ (ОПК-6.2); проектными технологиями организации политического процесса, исходя из существующих ценностей, норм, принципов деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, языка и стиля общения в деловой среде (ОПК-6.3).

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (6 семестр) и экзамена (7 семестр). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.