

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических наук и технологий
Протокол от 30 августа 2019 г. № 7

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

Б1.В.ОД.1.2

не устанавливается

краткое наименование дисциплины

по направлению подготовки 41.06.01 Политические науки и регионоведение
направленность (профиль): Политические институты, процессы и технологии

квалификация выпускника:

Исследователь. Преподаватель-Исследователь

формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

Новосибирск, 2019 г.

Автор – составитель

Канд. полит. наук, доцент кафедры политических наук и технологий
Пономаренко Надежда Анатольевна

Заведующий кафедрой политических наук и технологий

Канд. ист. наук, доцент Малышев Александр Юрьевич

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	12
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	16
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	22
7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	30

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.1.2 «Политический консалтинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	способность к самостоятельному планированию, организации и реализации исследовательских политических проектов или участию в них	Очная ПК-2.1	способность к отбору методов и теорий политических наук для осуществления проектной, экспертной и аналитической работы
		Очная ПК-2.2	способность к разработке программы проектной, экспертной или аналитической работы
		Очная ПК-2.3	способность к проведению проектной, экспертной или аналитической работы.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

Профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	Очная ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов и теорий политических наук для осуществления проектной, экспертной и аналитической работы. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения проектной, экспертной или аналитической работы в области политики. <p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - по подготовке отчета по проектной, аналитической или экспертной работе в области политики.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

- общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах: 3 З.Е.

Количество академических часов, выделенных:

очная форма обучения

на контактную работу с преподавателем

- 16 часов (8 часов лекций, 8 часов практических (семинарских) занятий);
на самостоятельную работу обучающихся – 56 часов.

Место дисциплины –

Политический консалтинг (Б1.В.ОД.1.2) изучается на 3 курсе (5 семестр) очной формы обучения.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин:

На очной форме:

Б1.В.ОД.1.1	Политические институты и процессы в современной России
Б1.В.ОД.1.3	Региональный политический процесс
Б1.В.ОД.3	Подготовка интерактивных презентаций учебных материалов
Б1.В.ОД.4	Подготовка курсов дистанционного обучения

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущ. контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			л	лр	пз	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Раздел 1	Введение в политический консалтинг	16	2		2	6	6	
Тема 1.1	Определение политического консалтинга, его функции, цели и задачи	4	2			2	2	
Тема 1.2	Маркетинг консалтинговых услуг	4			2	2	2	
Тема 1.3	Политический консалтинг и средства массовой информации	2				2	2	
Раздел 2	Организация исследовательской работы в сфере политического консалтинга	52	2		2	8	40	
Тема 2.1	Планирование политической кампании	14	2			2	10	
Тема 2.2	Составление программы исследования	14			2	2	10	

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), практические задания (ПЗ)

Тема 2.3	Технологии исследования в политическом консалтинге	12				2	10	
Тема 2.4	Методы организации команды и обеспечение источников финансирования	12				2	10	
Раздел 3	Технологии политического консалтинга	34	4		4	17	10	
Тема 3.1	Стратегия и тактика в сфере политического консалтинга	6	2			3	2	
Тема 3.2	Особенности технологий усиления в политическом консалтинге	6	2			2	2	
Тема 3.3	Специфика применения технологий поддержки	8			2	4	2	
Тема 3.4	Технологии защиты в политическом консалтинге	8			2	4	2	
Тема 3.5	Особенности применения технологий нападения	6				4	2	
Промежуточная аттестация		36				2	34	<i>Экзамен</i>
Всего:		108	8		8	31	56	ак.ч.
		3						З.Е.
		81						ас.ч.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в политический консалтинг.

Тема 1.1. Определение политического консалтинга, его функции, цели и задачи.

Становление политического консалтинга как практики и учебной дисциплины. Операциональные основания политического консалтинга: тип голосования, партийная система, метод принятия решений, формы и методы действия групп давления. Критерии институализации политического консалтинга. Функции, цели и задачи политического консалтинга. Субъекты политического консалтинга. Типология политконсалтинга: выборный консалтинг, кризисный консалтинг, сопровождающий консалтинг, внутренний консалтинг и внешний консалтинг. Особенности политического консалтинга, ориентированного на внутренние преобразования субъектов политической ситуации и преобразование самой политической ситуации. Специфика политического консалтинга, ориентированный на преобразование общественного мнения о политической ситуации. Характеристика неформального (неофициальное) консультирования. Формальное

консультирование. Смешанное консультирование. Вовлеченность политконсультанта в политическую кампанию. Абстрагирование политконсультанта от результатов воздействия на политическую ситуацию. Проблема ответственности политика и его консультанта за последствия применяемых методов.

Тема 1.2. Маркетинг консалтинговых услуг.

Цель, задачи и функции маркетинга консалтинговых услуг. Формирование спроса на услуги политконсультантов. Информирование потенциальных клиентов. Развития и внедрения практики приглашения специалистов в сфере консалтинга. Причины затратного консультирования. Риски отсутствия консультантов при проведении политических кампаниях. Формирование предложения на рынке консалтинговых услуг. Структура сформированного предложения. Письменная и смешанная форма предложения. Составление контракта на услуги политического консультирования. Особенности рынка консалтинговых услуг в России. Тенденции развития рынка консалтинговых услуг в современной России.

Тема 1.3. Политический консалтинг и средства массовой информации.

Защита информации и политический консалтинг. Режимы использования информации в материалах в СМИ «под запись», «не для записи», «для сведения». Политическая реклама в средствах массовой информации и коммуникации. Политическая реклама на телевидении. Политические кампании и Интернет. Политическая реклама в периодической печати. Политическая реклама на радио. Наглядная агитация.

Раздел 2. Организация исследовательской работы в сфере политического консалтинга.

Тема 2.1. Планирование политической кампании.

Разработка плана-графика и бизнес-плана кампании в рамках выбранного типа политического консалтинга. Позитивное прогнозирование. Негативное прогнозирование. Анализ влияющих факторов в выделенной политической ситуации. Работа с конкурентами. Обзор технологий. Процедурные отличия применяемых технологий политического консалтинга. Системные отличия технологий, применяемых в рамках кампании. Причины и степень обоснованности применения технологий. Плюсы и минусы их применения, другие спецификации. Обзор ресурсов: коммуникационные и организационные ресурсы, кадровые ресурсы, финансовые ресурсы, силовые ресурсы и ресурсы социальной поддержки. Календарный план кампании. Основные этапы кампании. Результаты, которые должны быть достигнуты в конце каждого из этапов кампании. Определение ответственных на каждом из этапов кампании по основным системным составляющим. Сопутствующие документы. Информационная справка о кампании. Протоколы совещаний и встреч в рамках обсуждения кампании. Контактные данные людей, с которыми необходимо поддерживать отношения в рамках осуществления кампании. Маркетинговые составляющие кампании. Договор и приложения к нему. Итоговые документы (предложения, справки, отчеты). Формирование бюджета политической кампании.

Тема 2.2. Составление программы исследования.

Формирование стратегических и тактических целей исследования. Выбор целей на двух уровнях: электоральном и установочном. Уточнение количественных характеристик, которых необходимо достичь в результате воздействия технологий политического консалтинга. Определение качественных характеристик – необходимых результатов политического консалтинга в сравнительных категориях. Параметры субъектов и объектов исследования. Определение источников необходимой информации, определение методик оптимизации данной информации и ее производных: данные вторичных опросов; материалы избирательных комиссий различных уровней; материалы регулирующих органов (при кризисном типе политического консалтинга); материалы наблюдательных комиссий; данные мониторинга СМИ; технические, предварительные данные в динамике; результаты анализа авторитетных мнений и др. Подбор методики анализа политической

ситуации: экспертный анализ, контент-анализ, анализ общественного мнения (социологический опрос, репликационный опрос, параллельный опрос, метод фокус-групп). Анализ взаимодействия влияющих факторов в политической ситуации. Зависимые и независимые факторы, промежуточные факторы. Регулирование взаимодействия между факторами. Антецедентные факторы и изменение независимых факторов. Типы взаимосвязей факторов: ковариационная и каузальная (прямая, косвенная и множественная). Факторы, влияющие на распределение преимуществ, типологические и методологические источники данного влияния, возможности оптимизации и нивелирования данных факторов. Валидности и надежности исследования. Факторы, влияющие на валидность исследования: взаимодействие отбора и развития компонентов анализа; внутреннее взаимодействие компонентов анализа. Ошибки измерения. Причины ошибок измерения: некорректное распределение постоянных и(или) временных характеристик между объектами; некорректно сформулированные вопросы исследования; различие в условиях измерения и уровне их восприятия; разница в методиках измерения; отличия в обработке и анализе данных. Построение выводов: верифицируемость, логическая обоснованность, универсальность, лаконичность. Корректировка целей политического консалтинга, выбор стратегии и такти-ки технологического воздействия на политическую ситуацию (так называемой политической борьбы).

Тема 2.3. Технологии исследования в политическом консалтинге.

Контекстуальный анализ области интересов клиента: выборная история региона (при выборном типе политического консалтинга), связанная с законодательной и правовой базой, политической, экономической и экологической ситуацией, расстановкой политических сил, предвыборными настроениями, политической борьбой; история развития отрасли (при сопровождающем типе политического консалтинга); контекстуальная история конфликтов (при кризисном типе политического консалтинга). Анализ авторитетных мнений. Приемы организации интервью. Перекрестная схема опроса. Лонгитюдная схема опроса. Трендовое исследование. Когортное исследование. Панельное исследование. Экспериментальное исследование. Открытый вопрос. Закрытый вопрос. Форма вопроса: Валидность вопроса, смысловая градация (чрезмерная длина, неопределенность, двойственность, использование отрицания), тенденциозность (в том числе использование развернутых пояснений, поощрение стандартных ответов, давление на респондента), отчуждение респондента (использование незнакомой терминологии, смешение стилей). Специализированный опрос Шкалирование — Шкалирование по Лайкерту. Шкалирование по Гуттману. Шкалирование по Терстоуну. Шкалирование методом семантического дифференциала. Кластерный анализ политической ситуации. Факторный анализ политической ситуации. Милтон-моделирование в политическом консалтинге. Анализ конкурентов клиента: анализ концептуальных ресурсов конкурентов, анализ идеологических ресурсов конкурентов, анализ коммуникационных ресурсов конкурентов, анализ кадровых ресурсов конкурентов, анализ организационных ресурсов конкурентов, анализ финансовых ресурсов конкурентов, анализ силовых ресурсов и ресурсов социальной поддержки конкурентов. Информационные параметры анализа конкурента: информация о личности конкурента, данные об участии в выборных кампаниях, о профессиональной деятельности в политике, о роли в кризисных и конфликтных политических ситуациях, сведения о слабых сторонах конкурента, данные о сильных сторонах конкурента; динамика имиджа конкурента в СМИ, динамика имиджа и популярности конкурента: среди избирателей (при выборном типе политического консалтинга), среди лиц, ответственных за принятие решения и имеющих возможность повлиять на процесс принятия решения (при сопровождающем типе политического консалтинга), среди групп влияния (при кризисном типе политического консалтинга); данные о параметрах наполнения ресурсных групп, в том числе: возможности оптимизации одной или нескольких групп ресурсов, условия использования данных возможностей, данные о прямых и косвенных факторах оптимизации ресурсных групп;

материалы о команде и(или) кадровом наполнении штаба конкурента (в зависимости от типа политического консалтинга); предполагаемая стратегия кампании конкурента; предполагаемые приемы политического консалтинга со стороны конкурента и его команды. Анализ клиента: изучение ресурсных групп в сочетании с личностным анализом и выявлением возможностей позиционирования среди других субъектов политического консалтинга, в том числе конкурентов клиента. Анализ концептуальных ресурсов клиента: данные об участии в выборных кампаниях, о профессиональной деятельности в политике, о роли в кризисных и конфликтных политических ситуациях; контент-анализ (мониторинг) СМИ; контент-анализ материалов с несущей концептуальной нагрузкой (тип принятия решений, программа, буклеты, информационные сообщения и т.д.); анализ авторитетных мнений о составляющих данной ресурсной группы клиента. Анализ идеологических ресурсов клиента. Анализ коммуникационных ресурсов клиента: экспертный анализ специфики использования транспортных ресурсов и ресурсов связи, определение возможностей оптимизации данных ресурсов в целях обеспечения безопасности и реализации необходимых функций политического консалтинга (согласно первоначальному плану кампании в рамках воздействия технологий политического консалтинга), экспертный и контент-анализ наличия качественных составляющих собственных производственных и PR-ресурсов конкурентов, определения возможностей управления данными ресурсами. Анализ кадровых ресурсов клиента: личностный и контекстуальный анализ команды клиента по составляющим. Анализ организационных ресурсов клиента. Исследование возможностей оптимизации структурных составляющих деятельности клиента и его команды: механизмы принятия решения и валидность организационной структуры; возможности и особенности взаимодействия структуры, принимающей решения, и параллельных информационных потоков; существующая и оптимальная структура прохождения входящей и исходящей информации; существующая и оптимальная структура взаимодействия при кризисном реагировании. Анализ силовых ресурсов и ресурсов социальной поддержки клиента: изучение фактических и потенциальных ресурсов конкурента в соответствующих сферах; анализ факторов, влияющих на последовательность и характер взаимодействия между конкурентом и данной группой ресурсов. Метод многомерных семантических пространств и его применение в политическом консалтинге.

Тема 2.4. Методы организации команды и обеспечение источников финансирования.

Формирование команды как организационный этап политического консалтинга. Цели и основные методы формирования команды. Основные функции команды. Общие подходы к структуре команды: структура ответственности, система отчетности, система заместителей, система полномочий, обеспечение полного оперативного управления командой. Критерии подбора персонала: личностные, организационные, временные, материальные, информационно-коммуникационные. Определение ресурсов и условий, необходимых для успешного функционирования команды и каждого из ее подразделений: понимание собственных целей и целей клиента; наличие материального обеспечения деятельности (от минимума к оптимуму); наличие системы оценки деятельности и обратной связи; наличие объективных отличий и(или) преимуществ перед конкурентами. Характеристика кадрового состава команды: руководитель кампании, комитет поддержки, диспетчер, руководитель группы добровольцев, пресс-секретарь, руководитель штаба кампании, руководители специальных проектов, руководитель кампании по сбору подписей, руководитель службы безопасности и представительского кортежа, руководители специальных агитационных мероприятий, менеджер кампании «от дверей до дверей», менеджер по распространению листовок, менеджер по привлечению пассивных избирателей, менеджеры выделенных групп избирателей, менеджер кампании в день выборов и консультанты кампании. Фанд-рейзинг и особенности обеспечения источников финансирования.

Раздел 3. Технологии политического консалтинга.

Тема 3.1. Стратегия и тактика в сфере политического консалтинга.

Особенности разработки стратегии политической кампании. Основные принципы и параметры разработки стратегий. Тактика политической кампании: приемы и способы достижения позитивных результатов. Основные системные составляющие оперативного планирования: усиление существующих позиций и оптимизация имеющихся групп ресурсов; поддержка существующего уровня распределения ресурсных групп; защита существующих позиций от выделенных и совокупных факторов влияния; нападение как способ изменения собственных позиций и нивелирования ресурсных групп конкурентов с помощью специальных технологий. Технологии разработки стратегических приемов: создание базы данных сильных решений, –поиск, отбор уже существующих и создание новых сильных решений с проверкой их на практике; обобщение и систематизация базы данных; выявление и формулирование правил (формул), содержащих в себе решения в «снятом» виде. Критерии оценки тактического приема. Способность приема конструировать или разрешать противоречие. Способность приема быть эффективным. «Долгожительство» приема. Классификация направлений стратегической деятельности по решаемой задаче и по объекту воздействия при помощи тактических технологий политического консалтинга. Классификация технологии политического консалтинга по объекту воздействия: усиление (воздействие на имидж клиента политического консалтинга, воздействие на выделенное событие или на совокупность событий, воздействие на выделенные группы субъектов политического консалтинга); поддержка (инициирование участия субъектов политического консалтинга в процессе воздействия специальными технологиями, управление информацией, управление событием); защита (маскировка события и информации разного уровня, защита от тактических приемов конкурентов и других влияющих факторов); нападение (воздействие на имидж клиента, воздействие на конкурентов, воздействие на событие, воздействие на выделенные группы субъектов политического консалтинга, поддерживающих конкурента). Переходные (смешанные) типы процессуальных и системных составляющих технологий политического консалтинга. Функции приемов политического консалтинга. Корректировка стратегии и тактики в условиях развития ситуации.

Тема 3.2. Особенности технологий усиления в политическом консалтинге.

Роль и значение технологий усиления в проведении и планировании политической кампании. Классификация технологий усиления: технологии, оказывающие воздействие на имидж клиента политического консалтинга; технологии, воздействующие на выделенное событие или совокупность событий; технологии, воздействующие на выделенные группы субъектов политического консалтинга. Особенности технологий влияния на имидж клиента. Условия построения удачного имиджа лидера. Технологии наглядной демонстрации достигнутых результатов работы клиента политического консалтинга. Особенности технологий влияния на событие: технологии формирования условий для неизбежного выбора (псевдовыбор) и технологии влияния на существующий информационный контекст. Использование лексика-семантической избыточности в качестве технологии политического консалтинга и системной составляющей технологий псевдовыбора. Оперирование специальными методиками построения семантического контекста предполагаемого выбора. Виды методики построения контекста: лингвистические и событийные (ситуативные). Сущность технологий влияния на существующий информационный контекст. Составляющие технологии перераспределения: перераспределение отрицанием, перераспределение копией, перераспределение методом контекстуальной диверсификации, инерционное перераспределение. Доминирующие мотивации технологий влияния на выделенные группы субъектов: апелляция к здравому смыслу, акцентирование предшествующих отрицательных событий, акцентирование наличия общего врага, апелляция к авторитетным мнениям. Технологии использования мотиваций, связанных с ожиданием немедленных перемен: прогнозирование немедленного результата, следующего за

принятием решения в пользу клиента или его конкурентов; упреждение экспериментального голосования (в выборном политическом консалтинге).

Тема 3.3. Специфика применения технологий поддержки.

Роль и значение технологий поддержки в проведении и планировании политической кампании. Системные и процессуальные составляющие технологий поддержки: технологии инициирования участия, технологии управления информацией, технологии управления событием. Особенности технологий инициирования участия. Сущность технологии опосредованного вовлечения в процесс политического консалтинга. Особенности технологии непосредственного вовлечения в процесс политического консалтинга. Системно-процессуальные составляющие переходной группы технологий. Технология декларирования (обнародования) неполной информации. Технология совершения непредсказуемых действий в рамках политической кампании. Системные составляющие технологий управления информацией: технология многократного акцентирования и технологии захвата информационного поля. Сущность технологии многократного акцентирования. Охват информационного пространства и последующего его освоения с помощью технологий захвата информационного поля. Системные и процессуальные составляющие технологий управления событием: технология открытого моделирования процесса выбора, технология привязки события, технология использования риска, технология пролонгирования события и его эффекта, технология актуализации проблемы, технологии апеллирования. Системные составляющие технологии апеллирования: имитация сотрудничества, имитация нападения, реализация привнесенной известности, имитация победы.

Тема 3.4. Технологии защиты в политическом консалтинге.

Роль и особенности применения технологий защиты в проведении и планировании политической кампании. Системные и процессуальные составляющие технологий защиты: технологии маскировки планов, условий и событий; технологии защиты от тактических приемов конкурентов. Технология «ложного» следа: введение в оборот нескольких вариантов «ложной» информации. Отвлечение внимания конкурентов от запланированных мероприятий в рамках политической кампании с помощью технологии отвлекающего маневра. Технология внезапности. Использование технологий случайной выборки в ходе параллельной подготовки нескольких акций. Технологии проведения «ложных» акций: технология «ложный след» и технология перераспределения. Технология демонстрации противнику ложной слабости с целью перераспределения усилий конкурентов. Технологии создания видимости выхода из борьбы с внезапным возвращением как дополнительный «ресурс». Использование технологии рокировки с целью перераспределения внимания конкурентов. Технологии защиты от тактических приемов конкурентов: превентивные мероприятия, актуальные мероприятия, мероприятия для проведения непосредственно после достижения очередной цели политического консалтинга.

Тема 3.5. Особенности применения технологий нападения.

Роль и значение технологий нападения в проведении и планировании политической кампании. Сферы воздействия технологий нападения: имидж клиента, имидж конкурентов, переориентация аудитории конкурентов. Технологии воздействия на имидж клиента: технология популяризации принципиального отличия клиента от конкурентов; технология качественного сравнения в пользу клиента; технология конструирования виртуального конкурента; технология использования «молчания» конкурента; использование пропуска конкурентом одного или нескольких рекламоносителей (носителей информации); использование уникальных ходов (решений) в процессе работы в политической кампании; использование ходов (решений) недоступных конкуренту; технология использования пропуска конкурентом одного или нескольких рекламоносителей (носителей информации); использование интенсивных ходов (решений) относительно параметров политической кампании конкурента; снижение информативной

ценности событий, относящихся к конкуренту при сохранении их совокупного количества. Системно-процессуальные составляющие технологии позиционирования: позиционирование неявного напарника клиента, позиционирование неявного напарника клиента со сходными с конкурентом клиента параметрами имиджа. Спецификация технологий построения отношения с конкурентами: технология игнорирования конкурентов, технология отказа от состязания с конкурентами, технология профессионально-кадрового дистанцирования от конкурентов. Особенности технологий обобщения конкурентов в неразличимую группу. Технологии одновременной защиты и нападения. Характеристика технологии ультимативных требований. Применение технологий провокации. Технология смены направления нападения. Технология культивации слабости конкурентов. Технология культивации одиозности. Технология слияния негатива. Технология демонстрации зависимости конкурента. Технология негативного позиционирования конкурента. Технология относительного проигрыша. Технологии воздействия на событие в рамках политической кампании: технология упрощения событий, технология замещения событий, технология опровержения событий. Особенности технологии установки стереотипа. Использование технологии участия в результате. Специфика технологий воздействия на аудиторию, ориентированную на совершение того или иного выбора в пользу конкурента. Технологии использования доминирующих мотиваций в составе двух выделенных взаимосвязанных технологий: провокации и создания невыгодной поддержки, распространения информации о невыгодной поддержке. Обещание неполных перемен как технология политического консалтинга. Технология переноса пренебрежения. Технология давления наработанного имиджа. Культивирование стереотипа как технология политического консалтинга

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.1.2 «Политический консалтинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Таблица 4

Для проведения занятий по очной форме обучения

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1	Введение в политический консалтинг	
Тема 1.1	Определение политического консалтинга, его функции, цели и задачи	Письменное выполнение практического задания
Тема 1.2	Маркетинг консалтинговых услуг	Устное выполнение практического задания
Тема 1.3	Политический консалтинг и средства массовой информации	Письменное выполнение практического задания
Раздел 2	Организация исследовательской работы в сфере политического консалтинга	
Тема 2.1	Планирование политической кампании	Устный ответ на вопросы
Тема 2.2	Составление программы исследования	Устное выполнение практического задания
Тема 2.3	Технологии исследования в политическом консалтинге	Устный ответ на вопросы

Тема 2.4	Методы организации команды и обеспечение источников финансирования	Устное выполнение практического задания
Раздел 3	Технологии политического консалтинга	
Тема 3.1	Стратегия и тактика в сфере политического консалтинга	Устное выполнение практического задания
Тема 3.2	Особенности технологий усиления в политическом консалтинге	Письменное выполнение практического задания
Тема 3.3	Специфика применения технологий поддержки	Устный ответ на вопросы
Тема 3.4	Технологии защиты в политическом консалтинге	Письменное выполнение практического задания
Тема 3.5	Особенности применения технологий нападения	Устное выполнение практического задания

4.1.2. Экзамен/зачет проводится с применением следующих методов (средств): устное собеседование по вопросам билета либо письменные ответы на вопросы билета (очная форма обучения). Выбор метода оценивания для традиционной формы обучения осуществляет преподаватель, информируя обучающихся в день проведения консультации к экзамену.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре политических наук и технологий.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОПРОСА

Раздел 3. Технологии политического консалтинга.

Тема 3.1. Категория «конституционализм» в сравнительном изучении: терминологическая проблема

1. Особенности разработки стратегии политической кампании.
2. Основные принципы и параметры разработки стратегий.
3. Тактика политической кампании: приемы и способы достижения позитивных результатов.
4. Основные системные составляющие оперативного планирования

ТИПОВЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ДИСКУССИЙ

1. Способность приема конструировать или разрешать противоречие. Способность приема быть эффективным
2. Сущность технологий влияния на существующий информационный контекст.
3. Технологии разработки стратегических приемов

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования.

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	способность к самостоятельному планированию, организации и реализации исследовательских политических проектов или участию в них	Очная ПК-2.1	способность к отбору методов и теорий политических наук для осуществления проектной, экспертной и аналитической работы
		Очная ПК-2.2	способность к разработке программы проектной, экспертной или аналитической работы
		Очная ПК-2.3	способность к проведению проектной, экспертной или аналитической работы

Таблица 6

Очная форма

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерии оценивая
ПК-2.1 способность к отбору методов и теорий политических наук для осуществления проектной, экспертной и аналитической работы	способность к отбору методов и теорий политических наук для осуществления проектной, экспертной и аналитической работы	умеет выбирать методы и теории политических наук для осуществления проектной, экспертной и аналитической работы в области политических институтов, процессов и отношений на международном, национальном региональном уровнях
ПК-2.2 способность к разработке программы проектной, экспертной или аналитической работы	способность к разработке программы научно-исследовательской, экспертной или аналитической работы	владеет навыками разработки программы проектной, экспертной или аналитической работы в области политических институтов, процессов и отношений на международном, национальном региональном уровнях
ПК-2.3 способность к проведению проектной, экспертной или аналитической работы	способность к проведению проектной, экспертной или аналитической работы	владеет навыками реализации проектной, экспертной или аналитической работы в области политических институтов, процессов и отношений на международном, национальном региональном уровнях

4.3.2. Типовые оценочные средства

Полный перечень вопросов и заданий находится на кафедре политических наук и технологий.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ К ЭКЗАМЕНУ

1. Политический консалтинг в системе властных отношений.
2. Политический консалтинг как учебная дисциплина.
3. Функции политического консалтинга в системе властных отношений.
4. Политический консалтинг: определение, цели и задачи.
5. Операциональные основания политического консалтинга.
6. Маркетинг консалтинговых услуг: тенденции развития.
7. Особенности рынка консалтинговых услуг в современной России.
8. Политический консалтинг и средства массовой информации.
9. Политические кампании и Интернет.
10. Исследовательская работа в сфере политического консалтинга.
11. Особенности составления программы исследования.
12. Определение источников необходимой информации. Методики оптимизации полученной информации и ее производных.
13. Планирование политической кампании в рамках политического консалтинга.
14. Выявление факторов, влияющих на валидность исследования.
15. Формирование стратегических и тактических целей исследования.

Шкала оценивания

Таблица 7

Очная форма обучения

Экзамен (5-балльная шкала)	Критерии оценки
2	Разрозненные фрагментарные знания, частично усвоенный понятийный аппарат. В самостоятельной работе достигнут минимально допустимый уровень решения поставленных задач. Научно-исследовательская работа выполнена на низком уровне, отсутствует формулировка проблемы, объекта, предмета, цели и задач исследования.
3	Усвоена значительная часть учебного материала. В самостоятельной работе достигнут минимально допустимый уровень в решении поставленных задач и анализе источников по проблемам политического консалтинга. Научно-исследовательская работа выполнена на удовлетворительном уровне, размытая формулировка проблемы. Объект, предмет, цель и задачи исследования определены недостаточно конкретно.
4	Детальное воспроизведение учебного материала. Сформированы навыки аналитической работы с материалом, решены поставленные задачи. Научно-исследовательская работа выполнена с допустимыми погрешностями.
5	Свободное владение материалом. Знакомство с научной литературой и основными источниками по предмету. Возможность свободно оперировать теоретическими разработками и применять их на практике. Научно-исследовательская работа выполнена без погрешностей.

4.4. Материалы промежуточной аттестации

Экзамен включает ответы на теоретические вопросы и выполнение практических заданий.

Ответы на теоретические вопросы могут даваться в устной или письменной форме.

Выполнение практических заданий проводится в устной или письменной форме.

Аспирант при подготовке к ответу по билету формулирует ответ на вопрос, а также выполняет задание (письменно либо устно, в зависимости от содержания задания).

При подготовке ответа на вопрос стоит использовать соответствующий дисциплине понятийный аппарат, отвечать с пояснениями, полно и аргументированно.

При сравнении явлений необходимо представить аргументы, представляющие их сходства и различия.

Давать односложные ответы нежелательно.

При ответе аспирант должен полно и аргументированно ответить на вопрос билета, демонстрируя знания либо умения в его рамках.

При демонстрации выполненного задания аспирант должен аргументировать свое решение (формулировку текста и т.д.), демонстрируя знания, умения либо навыки в полной мере.

Ответ на каждый вопрос (задание) билета оценивается по 5-балльной шкале в соответствии со шкалой оценивания. Потом выводится среднеарифметическая оценка ответа аспиранта, которая является итоговой за экзамен.

Если среднеарифметическая оценка находится между целыми числами, то итоговая оценка округляется в пользу аспиранта.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации к выполнению проекта с элементами исследовательской работы

Научно-исследовательский проект выполняется студентами на семинарских занятиях по дисциплине «Политический консалтинг» по актуальным проблемам дисциплины. В рамках работы над проектом студенты выбирают тему исследования, выявляют проблемную область предстоящего исследования, определяют объект и предмет предстоящего исследования, формулируют ключевой исследовательский вопрос, формируют основные гипотезы, определяют рамки исследования, ставят цели и задачи предстоящего исследования, определяют набор источников по данной теме и методы их анализа.

Полученные результаты исследования студенты представляют в рамках устной презентации. Материалы исследования оформляются в виде письменного отчета. По результатам работы студенты также готовят тезисы и доклады для выступления на студенческих научно-практических конференциях. Работа над научно-исследовательским проектом позволяет:

- сформировать способность проводить исследования в конкретной предметной области;
- выработать навыки написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- получить навыки составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов;
- сформировать навыки владения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- получить навыки работы с компьютером как средством управления информацией

Тема, по которой будет производиться исследование, определяется студентами в соответствии с их научными интересами. Тема может быть предложена студенческой исследовательской группой, либо выбрана из предоставленного списка (содержится в рабочей программе дисциплины). Предложенные темы из списка также могут быть доработаны, либо изменены по согласованию с преподавателем по желанию группы студентов. Тема должна быть выбрана в соответствии со следующими критериями:

- актуальность темы (обоснование проблемы исследования)
- обеспеченность темы источниками

Предлагая/выбирая тему предстоящего исследования, группа студентов обосновывает ее актуальность, а также предоставляет примерный набор источников, позволяющих провести исследование. При обосновании актуальности темы следует объяснить причину важности предпринимаемого исследования, определить насколько обращение к данной теме обусловлено развитием науки, накоплением новой информации и методов исследования по данной проблеме. Как правило, актуальность исследования представляется как противоречивая ситуация, требующая своего решения. Освещение актуальности должно быть конкретным – следует, прежде всего, раскрыть суть научной проблемы.

Обязательным условием для проведения исследования является наличие доступных источников по выбранной теме. Предлагая тему предстоящего исследования, группа студентов должна определить примерный круг источников, который будет проанализирован в рамках работы над темой. Важно, чтобы студенты представляли возможный набор источников уже на этапе определения актуальности темы исследования. Поскольку тем самым они не только определяют научную проблему исследования, но также и демонстрируют, что существуют материалы для решения данной проблемы.

В рамках работы над проектом студентам необходимо произвести анализ научной литературы по теме предпринимаемого ими исследования. Следует отметить, что в раздел «Обзор научной литературы» включается только научная литература, из данного раздела следует исключить научно-популярные издания, учебники, учебные пособия и справочники. Произведенный студентами анализ имеющейся литературы по выбранной теме должен выявить наиболее значительные исследования в данном проблемном поле, определить вопросы ранее неохваченные исследователями и обосновать, почему должна быть решена проблема, поставленная в рамках их исследования. В данном разделе студентам важно показать роль и значение именно предпринимаемого ими исследования, его преимущество и новизну перед исследованиями, проведенными ранее. В обзоре обязательны ссылки на анализируемую литературу.

После обоснования темы исследования, выявления степени ее актуальности и анализа проблемного поля студенты формируют КИВ в рамках выбранной темы. КИВ — отправная точка любого исследования, организующая дальнейший процесс сбора фактов и источников. КИВ — помогает четко определить цель и направления последующего исследования.

Основные гипотезы в рамках исследования формулируются и носят характер «предварительных» ответов на КИВ, которые должны быть подтверждены, либо опровергнуты в ходе исследования. После формулирования КИВа группа студентов предлагает ряд гипотез, тем самым определяя основные направления предпринимаемого исследования.

В рамках проводимого исследования группе студентов необходимо определить объект и предмет предпринимаемого ими исследования. Объект представляет собой особенности, характеристики и параметры процесса или явления, порождающие проблемную ситуацию. Предмет исследования, безусловно, конструируется с целью установления закономерностей изменения объекта. Особо следует подчеркнуть, что предмет - это не то, что якобы находится в границах самого объекта, а лишь та проекция, которая обозначает границы теории объекта. Предмет и объект исследования всегда

связаны не только с существующими парадигмами, концепциями и теориями, но и с реально существующими проблемами общества. Студентам важно определить объект и предмет именно исследуемого проблемного поля.

Студентам необходимо определить хронологические и территориальные рамки проводимого исследования. Территориальные рамки – границы территорий, на материалах которых проводится исследование. Хронологические рамки – временные рамки исследования. Выбор границ рамок необходимо обосновать. Критерием для обоснования служат качественные изменения в анализируемой системе.

На основе предыдущей работы студентами устанавливается центральный момент исследования – цель. По сути, цель – это основной ориентир исследования, то на достижение чего это исследование направлено. Целью может быть определение характеристик явлений, не изученных ранее; выявление взаимосвязи неких явлений; изучение развития явлений; описание нового явления; обобщение, выявление общих закономерностей; создание классификаций и т.д. После определения цели исследования группе студентов необходимо определить задачи данного исследования.

Задачами выступают конкретные задания, последовательное решение которых в совокупности позволяет достигнуть цели исследования. Количество задач зависит от глубины изучения и понимания проблемы исследования. Целесообразность постановки каждой из задач необходимо обосновать. Описание и решение поставленных задач впоследствии будут составлять содержание глав и параграфов. Важно также понимать анализ каких материалов и источников позволит решить ту или иную задачу.

В рамках исследования определяется круг источников, необходимых для решения поставленных задач. Источники – первичные материалы, анализ которых позволяет получить необходимую информацию. Особое внимание при определении источниковой базы исследования студентам необходимо уделить на достоверность используемых в анализе источников. Каждая группа источников должна быть оценена с точки зрения объективности и информативности. Источники должны быть классифицированы, тип классификации необходимо обосновать. Типы используемых источников зависят от темы исследования и поставленной цели. Особое внимание необходимо уделить такому виду источников как экспертная оценка, которую студенты получают в рамках проводимых ими интервью.

В рамках исследования студентам необходимо определить методы исследования, которые будут применяться для анализа источников с целью решения поставленных задач. Научный метод — совокупность основных способов получения новых знаний и методов решения задач в рамках науки. Метод включает в себя способы исследования феноменов, систематизацию, корректировку новых и полученных ранее знаний. Структура метода содержит три самостоятельных компонента (аспекта):

- концептуальный компонент – представления об одной из возможных форм исследуемого объекта;
- операционный компонент – предписания, нормы, правила, принципы, регламентирующие познавательную деятельность субъекта;
- логический компонент – правила фиксации результатов взаимодействия объекта и средств познания.

Выбор методов определен набором источников и спецификой их анализа, а также поставленными задачами в проводимом исследовании. Выбор методов в исследовании группа студентов должна обосновать. На базе анализа источников с применением современных методов исследования последовательно решаются поставленные задачи.

Результаты проведенного исследования предоставляются в форме устной презентации, а также оформляются в виде итогового отчета.

В итоговый отчет входят следующие элементы:

СОДЕРЖАНИЕ. В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав и параграфов с указанием страниц.

ВВЕДЕНИЕ. Особое внимание следует уделить написанию введения, поскольку именно во введении содержится алгоритм всего исследования. Введение необходимо неоднократно корректировать на различных этапах выполнения работы. Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор научной литературы, объект, предмет исследования, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи исследования, источники и методы исследования.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ. Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 3 до 4, в зависимости от поставленных задач, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствие с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Методические указания к выполнению контрольных работ

В рамках выполнения плана-графика предвыборной кампании должен быть использован следующий алгоритм учета параметров исследования: предмет анализа; история области интересов клиента (при выборном типе политического консалтинга — выборная история); авторитетные мнения; личность клиента; личности конкурентов клиента; факторы, влияющие на определение предмета анализа; управляемые и неуправляемые факторы; контекстуальные, оценочные и личностные факторы; факторы, влияющие на процесс и результат исследования; методика анализа; экспертный анализ, контент-анализ, анализ общественного мнения; экспертный анализ; контент-анализ; содержательный, структурный; компонентный, обобщенный, синтетический; анализ общественного мнения; качественный анализ, количественный анализ; кластерный анализ, факторный анализ; репрезентативность выборки; уровни измерения; номинальный; порядковый; интервальный; валидность исследования; надежность исследования; репликационный опрос; параллельный опрос; фокус-группы; методика построения выводов; индукция; дедукция; факторы, влияющие на построение выводов; верифицируемость выводов; логическая обоснованность выводов; универсальность; лаконичность; влияющие факторы политической ситуации в целом; влияющие факторы; взаимодействующие факторы; типы зависимости; зависимые факторы; промежуточные факторы; независимые факторы; antecedentes факторы; типы взаимосвязи; ковариационная взаимосвязь; каузальная взаимосвязь; прямая каузация; косвенная каузация; множественная каузация; направление инерционных изменений; положительная ковариация и каузация; отрицательная ковариация и каузация.

Методические указания к написанию письменной работы

Реферат является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа с элементами научного исследования, направленная на закрепление теоретического материала, углубленное изучение вопроса, темы, раздела учебной дисциплины. Выполняется по темам, указанным в рабочей программе, предоставляется в письменном виде.

Выполнение контрольной работы проводится с целью систематизации, закрепления и углубления полученных теоретических знаний и практических умений, формирования

умений и навыков применять теоретические знания при решении практических задач, а также освоения общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС по направлениям подготовки.

Задачами выполнения контрольной работы являются:

- формирование профессиональных умений и навыков решения конкретных теоретических и практических задач;
- овладение методами самостоятельного научного исследования;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- подготовка к итоговой государственной аттестации.

Выполнение контрольной работы формируют у студента умения и навыки:

- самостоятельно выявить и сформулировать проблему, оценить ее актуальность и значимость, критически осмыслить ее теоретические аспекты;
- поставить цель и задачи исследования, определить его объект и предмет;
- подобрать и проанализировать научно-исследовательскую литературу и источники;
- собрать, обработать, проанализировать и систематизировать фактическую информацию по избранной теме;
- использовать современные компьютерные технологии в процессе выполнения исследования;
- правильно (в соответствии с требованиями) оформить и представить результаты исследования для защиты.

Методические рекомендации к подготовке к коллоквиуму

Коллоквиум является формой проверки и оценки знаний студентов. Данная форма занятий охватывает всевозможные вопросы и темы из изучаемого курса, не включенные в темы практических и семинарских учебных занятий. Как правило, на студенческих коллоквиумах обычно обсуждаются отдельные части какой-либо конкретной темы, раздел одного из занятий, чтобы понять правильность его понимания учащимися и избежать недопонимания важнейших вопросов.

Коллоквиум может проходить как в письменной, так и устной форме по темам, указанным в рабочей программе. В устной форме коллоквиума сначала заслушиваются заранее подготовленные доклады, после чего начинается процесс их обсуждения. При этом не исключена полемика, основанная на научных знаниях участников обсуждения, так как беседа проводится для уточнения некоторых деталей доклада и спорных для окружающих моментов.

В письменной форме коллоквиума студентам предлагается на основе полученных ими знаний в процессе изучения материалов по теме, раскрыть предложенную научную проблему в рамках изучаемой дисциплины.

В рамках подготовки к коллоквиуму студентам необходимо изучить научно-исследовательскую литературу и источники по теме коллоквиума, подготовить соответствующие доклады и аналитические записки.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов включает следующие виды: подготовку к практическим (семинарским) занятиям в соответствии с вопросами, представленными в рабочей программе дисциплины, изучение нормативно-правовых актов, работа с информационными ресурсами, изучение учебного материала, отнесенного к самостоятельному освоению, выполнение домашних заданий.

Формами контроля самостоятельной работы являются контрольные работы, проверка и оценка письменных домашних заданий, опросы. При необходимости в

процессе работы над заданием студент может получить индивидуальную консультацию у преподавателя. Также предусмотрено проведение консультаций студентов в ходе изучения материала дисциплины в течение семестра.

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знаний, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том числе выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада.

К каждой теме семинара студент готовит вопросы, раскрытие которых позволит передать ее содержание. Подготовка к аудиторным занятиям предполагает изучение текстов лекций, а также изданий, входящих в списки основной и дополнительной литературы. Проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов. При подготовке к лекции-дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться списками рекомендуемой литературы, а также информацией из интернет-источников. Цель выполнения докладов – выработка у студента опыта самостоятельного получения знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой учебной дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с профильной литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых, студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научно-практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедийными презентации при изложении материала.

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

Количество часов, отведенное учебным планом на практические занятия, позволяет использовать описанные выше активные, творческие и командные методы обучения в полном объеме. Студент должен быть готов к аудиторным занятиям и принимать активное участие во всех формах активной деятельности.

Ниже приведем примерные нормы времени для реализации текущей самостоятельной работы студентов очной формы обучения.

- Работа над конспектом лекции – 2 ч на 1 лекцию.

- Подготовка к практическому занятию – 1-1,5 ч.

- Доработка конспекта лекции с применением учебника, методической литературы, дополнительной литературы – 2 ч.

- Самостоятельное изучение отдельных тем, параграфов – 2-4 ч.

- Подготовка доклада – 6 ч.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом. Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий. Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - Изд. 2-е, испр. - Москва: Аспект Пресс, 2012. - 279 с. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения: 03.02.2016). – Загл. с экрана.

2. Забурдаева, Е. В. Политическая кампания. Стратегии и технологии: учебник / Е.В. Забурдаева. – Москва: Аспект Пресс, 2012. – 344 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104081>, требуется авторизация (дата обращения: 03.02.2016). – Загл. с экрана.
3. Зильберман, М. Консалтинг: методы и технологии: [пер. с англ.] / М. Зильберман. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 432 с. – (Консалтинг).
4. Малкин, Е.Б. Политические технологии / Е. Б. Малкин, Е. Б. Сучков; Ин-т избират. технологий. – 4-е (9-е) изд., стер. – Москва: Рус. панорама, 2014. – 687 с.
5. Политика. XXI век. Инновационные технологии [Электронный ресурс]: монография / М. Г. Анохин [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Москва: Рос. ун-т дружбы народов, 2013. — 436 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22207>, требуется авторизация (дата обращения: 29.01.2016). – Загл. с экрана.

6.2 Дополнительная литература

1. Авакьян, С. А. Выборы 1993 – 1994 гг. в Российской Федерации: правила и процедуры / С. А. Авакьян. – Москва: Интерлигал, 1993. – 32 с.
2. Автономов, А. С. Избирательная кампания: Основные категории и институты избирательного права. Менеджер избирательной кампании / А. С. Автономов, Е. Г. Морозова. – Москва: Рос. центр обучения избират. технологиям, 1995. – 80 с.
3. Амелин, В. Н. Выборы – 95: Кандидат в депутаты и его команда / В. Н. Амелин [и др.]. – Москва: ЦИЦМФП, 1995. – 74 с.
4. Амелин, В. Н. Стратегия избирательных кампаний / В. Н. Амелин, Н. С. Федоркин. – Москва: РЦОИТ, 2001. – 106 с.
5. Амелин, В. Н. Технология избирательной кампании / В. Н. Амелин, С. В. Устименко. – Москва: Союз, 1993. – 83 с.
6. Анохин, М. Г. Политика: возможность современных технологий / М. Г. Анохин, М. Г. Комаровский. – Москва: РАГС, 1998. – 70 с.
7. Афанасьев, М. Н. Поведение избирателей и электоральная политика в России / М. Н. Афанасьев // Полис. – 1995. – № 3. – С.105–116.
8. Афанасьев, М. Н. Клиентелизм и российская государственность: Исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форм российской государственности, их влияния на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России / М. Н. Афанасьев. – 2-е изд., доп. – Москва: Моск. обществ. науч. фонд, 2000. – 318 с.
9. Баранов, Н. Политические отношения и политический процесс в современной России / Н. Баранов, Б. Исаев. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 400 с.
10. Березкина, О. П. Политический консалтинг / О. П. Березкина. – Москва: Академия, 2008. – 336 с.
11. Березкина, О. П. Социально – психологические технологии создания политического имиджа / О. П. Березкина. – Санкт-Петербург: Изд- во СПбГУ, 1997. – 324 с.
12. Блинова, О. Н. Советники: Исследовательские и консалтинговые структуры России / О. Н. Блинова. – Москва: Гном и Д, 2002. – 228 с.
13. Блок, П. Безупречный консалтинг / П. Блок. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 304 с.
14. Боброва, И. Черный PR? Белый GR! Цветной IR: менеджмент информационной культуры / И. Боброва, В Зимин. – Москва: Вершина, 2006. – 464 с.
15. Борисов, И. Партии на выборах / И. Борисов, С. заславский. – Москва: Европа, 2007. – 128с.

16. Большаков, С. В. Предвыборная агитация: взгляд изнутри / С. В. Большаков, Е. П. Ищенко. – Москва: РЦОИТ, 1999. – 107 с.
17. Борисов, И. Гамма демократии. Современная избирательная система Российской Федерации / И. Борисов. – Москва: Европа, 2007. – 32 с.
18. Брицкий, Г.О. Образы российской власти: от Ельцина до Путина / Г. О. Брицкий, О. В. Бражник. – Москва: РОССПЭН, 2008. – 416 с.
19. Бройнинг, Г. Руководство по ведению переговоров: пер. с нем. / Г. Бройнинг. – Москва: Инфра – Москва, 1996. – 111 с.
20. Бузин, А. Ю. Административные избирательные технологии: московская практика / А. Ю. Бузин. – Москва: Центр «Панорама», 2006. – 192 с.
21. Букша, К. С. Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR – практика / К. С. Букша. – Москва: Вильямс, 2007. – 144 с.
22. Булгари, М. Имидж по-русски: приемы манипуляции. (Реклама, публицити и паблик рилейшнз на выборах) / М. Булгари. – Санкт-Петербург: АТА «БОЛГАР», 1998. – 48 с.
23. Булин, Д. Большие выборы. Хроника политической мысли России. 2006 – 2008. / Д. Булин. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2008. – 168 с.
24. Ваксер, А. Россия в XX веке. Народ, власть, войны, революции, общество / А. Ваксер, М. Ирошников. – Санкт-Петербург: ИД СПбГУ, 2005. – 608 с.
25. Валадес, Д. Контроль над властью: пер. с исп./ Д. Валадес. – Москва: Идея - Пресс, 2006. – 248 с.
26. Вдовин, К. Как победить на выборах в России или управляемая персонификация / К. Вдовин. – Новосибирск, 1999.
27. Ведение переговоров и разрешение конфликтов. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 226 с.
28. Вельтман, М. Консалтинг в России: Введение в профессиональные методы работы: практ. пособие / М. Вельтман, В. И. Маршев, А. П. Посадский. – Москва: Нац. фонд подготовки кадров, 1998. – 128 с.
29. Весна – 89: География и анатомия парламентских выборов / под ред. В. А. Колосова. – Москва: Прогресс, 1990. – 380 с.
30. Выборы в Российской Федерации / В. В. Альхименко [и др.]; под общ. ред. А. В. Иванченко. – Москва: ВЭЛТИ, 1998. – 143 с.
31. Выборы в Российской Федерации: материалы научно-практической конференции 16 – 17 марта 2002 г. / под ред. М. Б. Горного – Санкт-Петербург: Норма, 2002. – 336 с.
32. Выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. В вопросах и ответах / под ред. Д. В. Нежданова, Д. А. Сударушкина. – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 185с.
33. Выборы: правовые основы, избирательные технологии: научно-правовое и практическое пособие / С. А. Альфер, И. И. Бугрова, А. Е. Вашкевич [и др.] – Минск: Тесей, 2000. – 304 с.
34. Гамма демократии. Современная избирательная система Российской Федерации. – Москва: Европа, 2007. – 32 с.
35. Гараджа, Н. Основы теории политических партий / Н. Гараджа, М. Будагарин, А. Ашкерев. – Москва: Европа, 2007. – 264 с.
36. Гладков, П. В. Как стать губернатором. Алгоритм победы на выборах / П. В. Гладков, О. П. Кудинов. – Москва: ИД «Люди», 2000. – 319 с.
37. Гомеров, И. Н. Архитектура выборов: маркетинговый подход / И. Н. Гомеров. – Новосибирск: Сибир. кадровый центр, 1993. – 80 с.
38. Гончаров, В. Э. Современное политическое консультирование / В. Э. Гончаров. – Санкт-Петербург: Знание, 2007. – 220 с.
39. Горгулов, П. Коммуникационная теория безвластия / П. Горгулов. – Москва: Изд-во Гилея, 2005. – 142 с.

40. Гоулд, Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании / Ф. Гоулд // Полис, 1993. – №4. – С.134 – 138.
41. Грин, Р. Законы власти / Р. Грин. – Москва: Рипол Классик, 2006. – 320 с.
42. Гринберг, Т. Э. Политическая реклама: портрет лидера / Т.Э. Гринберг. – Москва: РИП – холдинг, 1998. – 103 с.
43. Гришин, Н. В. Основы проведения избирательных кампаний / Н. В. Гришин. – Москва: РИП – Холдинг, 2003. – 184 с.
44. Гуваков, В. И. Эффект между проблемы метатеории консалтинговой деятельности / В. И. Гуваков, А. П. Ситников. – Москва: КГ «ИМИДЖ – Контакт», 2005. – 256 с.
45. Егорова-Гантман, Е. М. Политическое консультирование / Е. М. Егорова-Гантман Е. М. Плешаков. – Москва: Никколо – Медиа, 2002. – 472 с.
46. Егорова-Гантман, Е. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, Е. М. Плешаков, В. Б. Байбакова. – Москва: Никколо – Медиа, 2002. – 240 с.
47. Егорова-Гантман, Е. Политический консультант в российских избирательных компаниях / Е. Егорова-Гантман, И. Е. Минтусов. – Москва: Никколо – Медиа, 2003. – 335 с.
48. Жуков, К. Азбука избирательной кампании / К. С. Жуков, А. Карнышев. – Москва: ИМА – Пресс, 2001. – 328 с.
49. Жуков, К. С. Психология и технология политического соперничества / К. С. Жуков, А. Д. Карнышев. – Москва: ИМА – Пресс, 2001. – 208 с.
50. Зинкевич-Евстигнеева, Т. Технология создания команды / Т. Зинкевич-Евстигнеева, Д. Фролова, Т. Грабенко. – Санкт-Петербург: Речь, 2004. – 216 с.
51. Зульцбах, В. Основы образования политических партий / В. Зульцбах. – Москва: Европа, 2006. – 312 с.
52. Зырянов, В. Модульный план подготовки выборной кампании кандидата в депутаты ГД ФС РФ по одномандатному избирательному округу / В. Зырянов, В. Степаненков. – Москва, 1999. – 64 с.
53. Игнатенко, В. В. Административная ответственность участников выборов: учеб. пособие / В. В. Игнатенко. – Иркутск: Спарк, 2003. – 107 с.
54. Игнатенко, В. В. Юридическая ответственность и избирательный процесс / В. В. Игнатенко. – Москва: РЦОИТ, 2002. – 144 с.
55. Игнатов, В. Г. Технологии избирательных кампаний: учеб. курс / В. Г. Игнатов, Н. П. Кутырев, С. А. Кислицын. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. – 272 с.
56. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты / сост. И. М. Слепенков, Ю. П. Аверин, В. Ф. Усманов, Э. М. Розенталь. – Москва: Рос. центр избират. технологий, 1995. – 68 с.
57. Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: учебник для вузов / под ред. А. А. Вешнякова. – Москва: Норма, 2003. – 807 с.
58. Ильин, А. Л. Отзвук слова. Из опыта работы спичрайтеров первого президента России / А. Л. Ильин [и др]. – Москва: ЦПК «Никколо – Медиа»: ИМА – Пресс, 1999 – 144 с.
59. Ильясов, Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / В. Н. Ильясов. – Москва: ИМА – Пресс, 2000. – 200 с.
60. Интернет-мониторинг выборов в России (новая гражданская инициатива Проекта «Информатика для демократии – 2000+»). – Москва: Фонд ИНДЕМ, 2001. – 235 с.
61. Информационная база данных организаций и учреждений, центров в области политических и избирательных технологий. – Москва: РЦОИТ, 2002. – 296 с.
62. Кириченко, В. В. Административный ресурс в избирательных кампаниях / В. В. Кириченко, Д. О Парамонов. – Ростов-на-Дону, 2003. – 80 с.
63. Клима, Р. Математика выборов / Р. Клима, Дж. Ходж. – Москва: МЦНМО, 2007. – 224 с.
64. Клоков, И. В. Черный PR: Запрещенные приемы нападения и защиты / И. В.

- Клоков. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 208 с.
65. Ключ к власти / авт. колл. под рук. А. Н. Колесникова. – Москва: Терра – Спорт, 1999. – 416 с.
66. Ковлер, А. И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт / А. И. Ковлер. – Москва: Ин-т государства и права РАН, 1997. – 216 с.
67. Ковлер, А. И. Кандидат и его команда (организационная структура избирательной кампании) / А. И. Ковлер. – Москва: РЦОИТ, 1999. – 32 с.
68. Ковлер, А. И. Основы политического маркетинга (технология организации избират. кампаний) / А. И. Ковлер; Ин-т государства и права РАН, Гуманитар. и политолог. центр «Стратегия». – Москва: ИГПАН, 1993. – 46 с.
69. Ковлер, А. И. Стратегия избирательной кампании и её планирование / А. И. Ковлер, З. М. Зотова. – Москва: РЦОИТ, 1999. – 73 с.
70. Кошелюк, М. Е. Технологии политических выборов / М. Е. Кошелюк. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 290 с.
71. Красовский, Ю. Д. Сценарии организационного консультирования: учеб. пособие / Ю. Д. Красовский. – Москва: ОАО Типография «Новости», 2000. – 366 с.
72. Крауз-Мозер, Б. Теории политики. Методологические принципы / Б. Краузер-Мозер. – Харьков: Гуманитар. центр, 2008. – 256 с.
73. Кроль, Л. Консалтинг: поиск жанра / Л. Кроль. – Москва: НФ Класс, 2004. – 336 с.
74. Кругов, М. Б. Технология власти / М. Б. Кругов. – Москва: ДеКа, 1997. – 224 с.
75. Кудинов, О. П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России: теория, методы, технология, практика / О. П. Кудинов. – Калининград: Янтар. сказ, 2000. – 469 с.
76. Курбатова, О. Развитие рынка консалтинговых услуг / О. Курбатова. – Москва: Юнити, 2005. – 80 с.
77. Куртов, А. Охота на дракона: Размышления о выборах и политическом консультировании / А. Куртов, М. Каган. – Москва: ИД ГУ – ВШЭ, 2002. – 313 с.
78. Латыпов, Р.Ф. Политконсалтинговое обеспечение избирательной кампании в Российской Федерации / Р. Ф. Латыпов, В. Ю. Романов. – Уфа: Гилем, 2006. – 152 с.
79. Лебедева, Т. Выборы как искусство моделирования / Т. Лебедева. – Москва: МГУ / L'Harmattan, 2007. – 120 с.
80. Левчик, Д. А. Особенности привлечения средств в фонд избирательной кампании (фондрайзинг) в России / Д. А. Левчик, А. В. Перфильев // Кентавр, 1999. – № 6. – С. 85 – 90.
81. Лисовский, С.Ф. Избирательные технологии: история, теория, практика: учеб. пособие для канд. и избирателей / С. Ф. Лисовский, В. А. Евстафьев. – Москва: РАУ «Университет», 2000. – 319 с.
82. Лисовский, С.Ф. Политическая реклама / С. Ф. Лисовский. – Москва: ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 255 с.
83. Лучин, В. А. Общественный контроль на выборах и референдуме. Справочник для наблюдателя / В. А. Лучин. – Москва: Права человека, 2001. – 216 с.
84. Любашевский, Ю. Я. PR для выборов губернатора / Ю. Я. Любашевский, Н. Баскакова. – Москва, 2000. – 48 с.
85. Лучшие PR – решения: сб. – Москва: Вершина, 2008. – 272 с.
86. Ляпина, Т. Современные избирательные технологи и театр политических теней. Руководство по постановке политических представлений / Т. Ляпина. – Киев: Рыбари, 2009. – 399 с.
87. Максимов, А. А. Война по правилам и без... Технологии изготовления предвыборных миражей / А. А. Максимов. – Москва: Дело, 2003. – 320 с.
88. Малкин, Е. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков. – Москва: Рус. панорама, 2006. – 680 с.
89. Мамонтов, С. Тактика ведения переговоров / С. Мамонтов. – Санкт-Петербург:

Питер, 2002. – 160 с.

90. Маркони, Дж. PR. Полное руководство / Дж. Маркони. – Москва: Вершина, 2006. – 256 с.
91. Матвейчев, О. А. Что такое политический консалтинг / О. А. Матвейчев. – Екатеринбург: РАН, Урал. отд., Ин-т философии и права, 1999. – 295 с.
92. Матвейчев, О. А. Подставные кандидаты и кандидаты – союзники / О. А. Матвейчев // Политический маркетинг, 2003. – № 3. – С. 32 – 40.
93. Мирошниченко, А. А. Выборы: от замысла до победы (предвыборная кампания в российском регионе) / А. А. Мирошниченко. – Москва: Центр, 2003. – 304 с.
94. Наполитан, Дж. Электоральная игра: пер. с англ./ Дж. Наполитан. – Москва: ЦПК Никколо – Медиа, 2002. – 400 с.
95. Наумов, В. И. Правовая стратегия кандидата, политической партии в избирательной кампании / В. И. Наумов. – Москва: Рос. фонд свобод. выборов, 2003. – 112 с.
96. Ольшевский, А. С. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб: Питер, 2003. – 432 с.
97. Ольшанский, Д. В. Политический консалтинг: учеб. пособие / Д. В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – Санкт-Петербург: Питер, 2005. – 448 с.
98. Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг / А. С. Ольшевский. – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 432 с.
99. Ольшевский, А. С. Негативные PR – технологии / А. С. Ольшевский. – Москва: Инфра – Москва, 2004. – 329 с.
100. Ольшевский, А. С. Структура избирательного штаба: «корень зла» или фундамент победы? / А. С. Ольшевский // Выборы. Законодательство и технологии, 2001. – № 9 – 10. – С. 32 – 36.
101. Осокина, И. Выборы – 95: Опыт побед и поражений. Практические вопросы организации избирательных кампаний / И. Осокина. – Москва: Независимая служба мира, 1995.
102. От Ельцина к Ельцину: президентская гонка – 96 / сост. Л.Н. Доброхотова. – Москва: Терра, 1997. – 632 с.
103. Панарин, И. Н. Информационная война, PR и мировая политика: учеб. пособие. / И. Н. Панарин. – Москва: Горячая линия – Телеком, 2006. – 352 с.
104. Партии и выборы: хрестоматия. Ч.1 / сост. Н. В. Анохин, Е. Ю. Мелешкина. – Москва: ИНИОН РАН, 2004. – 150 с.
105. Плассер, Ф. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта / Ф. Плассер, Г. Плассер. – Москва: Вейсл, 2005. – 416 с.
106. Политическая наука. Губернаторы в России: от выборов к назначениям. – Москва: ИНИОН РАН, 2007. – 204 с.
107. Политический менеджмент: учеб. пособие / под общ. ред. В. И. Жукова. – Москва: Изд-во Ин-та психотерапии, 2004. – 944 с.
108. Полуэктов, В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях / В. Полуэктов. – Москва: Рус. панорама, 2002. – 240 с.
109. Полуэктов, В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний / В. Полуэктов. – Москва: Русская панорама, 2003. – 464 с.
110. Поляков, Л. В. Основы политического консультирования: Теория и проблемы: учеб.-метод. пособие / Л. В. Поляков. – Москва: КДУ, 2008. – 240 с.
111. Проведение предвыборных социологических опросов в регионах: методические рекомендации. Вып. № 5 / сост. С.И. Васильцов И [и др.] – Москва: Комис. ЦК КПРФ по проведению выбор. кампаний, 2003. – 44 с.
112. Проведение телефонных социологических опросов в ходе избирательных кампаний КПРФ / сост. С. И. Васильцов [и др.] – Москва: Комис. ЦК КПРФ по

- проведению выбор. кампаний, 2003. – 36 с.
113. Прокофьева, Н. И. Психологические аспекты ведения переговоров / Н. И. Прокофьева. – Москва: ГроссМедиа, 2007. – 128 с.
114. Путеводитель по выборам. Политическая Россия – 2007. – Москва: ВЦИОМ, 2007. – 448 с.
115. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент: учеб. и практикум для студентов вузов / Г. В. Пушкарева; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - Москва: Юрайт, 2014. - 365 с.
116. Пфеффер, Дж. Власть и влияние. Политика и управление в организациях / Дж. Пфеффер. – Москва: Вильямс, 2007. – 512 с.
117. Россия – 95: накануне выборов / отв. ред. Г. В. Осипов. – Москва: Akademia, 1995. – 304с.
118. Рябов, А. В. Расстановка основных политических сил в России летом 1995 г. / А. В. Рябов, Р. Ф. Туровский, С. В. Устименко // Выборы в органы власти современной России: проблемы теории и практики. – Москва: ИСПТ, 1996. – С. 39 – 70.
119. Саква, Р. Путин: Выбор России: пер. с англ. / Р. Саква. – Москва: Олма-Пресс, 2005. – 480с.
120. Самые успешные PR-кампании в мировой практике: пер. с англ. – Москва: Инфра – Москва / ИМИДЖ – Контакт, 2002. – 310 с.
121. Серов, А. Г. Интервью с PR-советником / А. Г. Серов. – Москва: Вершина, 2006. – 216 с.
122. Ситников, А. П. Политический консалтинг: учебник / А. П. Ситников, И. В. Огарь, Н. С. Бахвалова. – Москва: ИД ГУ – ВШЭ, 2004. – 624 с.
123. Скрипкина, Ж. Б. Избирательные системы и технологии / Ж. Б. Скрипкина. – Москва: Вуз. учебник, 2007. – 173 с.
124. Справочник по политическому консультированию / под ред. Д. Д. Перлматтера. – Москва: ИМИДЖ – Контакт / Инфра, 2002. – 330с.
125. Технология избирательных кампаний в США. – Москва: Изд – во Фонда Горбачева, 1991. – 430 с.
126. Толстых, П. GR. Практикум по лоббизму в России / П. Толстых. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 284 с.
127. Туманова, Л. В. Избирательный процесс в российской Федерации: социологические и политико-правовые аспекты / Л. В. Туманова, М. А. Туманов. – Москва: ТК Велби / Проспект, 2004. – 416 с.
128. Уикхэм, Ф. Консалтинг в управлении проектами / Ф. Уикхэм. – Москва: Дело и Сервис, 2006. – 368 с.
129. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий / О. А. Матвейчев [и др.]. - Москва: Эксмо: Алгоритм, 2013. - 638 с.
130. Файер, С. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы: PR-секреты общественных отношений. – СПб: Стольный град, 1998. – 136 с.
131. Федорченко, С. Н. Современные технологии политического менеджмента: [учеб. пособие для вузов] / С. Н. Федорченко; М-во образования Моск. обл., Моск. гос. обл. ун-т, Фак. истории, политологии и права, Каф. политологии и права. - Москва: Изд-во МГОУ, 2012. - 200 с.
132. Фишер, Р. Подготовка к переговорам / Р. Фишер, Д. Эртель. – Москва: Филинь, 1996. – 323 с.
133. Фишер, Р. Путь к согласию или переговоры без поражений / Р. Фишер, У. Юри. – Москва: Наука, 1992. – 155 с.
134. Фурман, Д. Е. Наши десять лет. Политический процесс в России с 1991 по 2001 года / Д. Е. Фурман. – Санкт-Петербург: Лет. сад, 2001. – 448 с.
135. Чернышов, А. Выборы в России – выбор для России / А. Чернышов. – Москва: Глобулус, 2007. – 232 с.

136. Цыганов, В. В. Информационные войны в бизнесе и политике. Теория и методология / В. В. Цыганов, С. Н. Бухарин. – Санкт-Петербург: Академ. проект, 2007. – 336 с.
137. Шабров, О. Ф. Выборы и технологии избирательных кампаний / О. Ф. Шабров // Политология: учебник / под общ. ред. В. С. Комаровского. – Москва: Изд-во РАГС, 2006. – С. 489 – 502.
138. Шарков, Ф. И. Консалтинг в связях с общественностью: учебник / Ф. И. Шарков. – Москва: Экзамен, 2008. – 413 с.
139. Шарков, Ф. И. Политический консалтинг / Ф. И. Шарков. – Москва: ИД Дашков и К, 2007. – 458 с.
140. Шатин, Ю. В. Искусство переговоров / Ю. В. Шатин. – Москва: Бератор – Пресс, 2002. – 128 с.
141. Шейн, Э. Процесс консалтинга. Построение взаимовыгодных отношений «клиент – консультант» / Э. Шейн. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 288 с.
142. Широков, О. Административный ресурс: во вред или во благо? / О. Широков // Выборы. Законодательство и технологии, 2000. – № 7 – 8. – С. 28–31.
143. Штурнев, А. Е. Конституционно-правовая ответственность за избирательные правонарушения в Российской Федерации: монография / А. Е. Штурнев; Избират. комис. Иркут. обл.; Ин-т законодательства и правовой политики. – Иркутск: Изд-во Ин-та законодательства и правовой политики, 2004. – 208с.
144. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования / В. А. Ядов. – Москва: Омега –Л, 2009. – 567с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Политический менеджмент: учеб. пособие / Моск. гос. социал. ун-т, РАГС; под общ. ред. В. И. Жукова и др. - Москва: Изд-во Ин-та психотерапии, 2004. - 944 с.
2. Справочник по политическому консультированию: пер. с англ. / под ред. Д. Д. Перлматтера. – Москва: ИМИДЖ – Контакт / Инфра – Москва, 2002. – 330 с.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
2. Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»;
3. Федеральный закон от 10 января 2003 года № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/
4. Федеральный закон от 18 мая 2005 года № 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53536/
5. Федеральный закон от 6 октября 1999 года № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных(представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_14058/
6. Федеральный закон от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/

6.5. Интернет-ресурсы

1. <http://www.isras.ru/sie.html> – Сектор изучения элит, Институт социологии РАН

2. http://www.isras.rssi.ru/INSTITUTE_OF_SOCIOLOGY.htm – Институт социологии РАН.
3. http://www.rags.ru/sc/s_center.htm – Информационно-аналитическое управление РАГС.
4. <http://niiss.ru> – НИИ СОЦИАЛЬНЫХ СИСТЕМ при МГУ им М.В. Ломоносова.
5. <http://www.opinio.msu.ru/> – Центр социологических исследований МГУ им. М.В. Ломоносова.
6. <http://www.wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp> - Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения.
7. <http://www.rags.ru/sc/subscrib.htm> – Журнал «Социология власти».
8. <http://www.politcom.ru/> - информационный сайт политических комментариев

7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

7.1. Программное обеспечение

1. Единая электронная справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Единая электронная справочно-правовая система «Гарант»
3. пакет MS Office
4. Microsoft Windows

7.2. Технические средства и материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 8

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений для самостоятельной работы
<i>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа</i>	экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподавитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная.
<i>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа</i>	экран, компьютер с подключением к локальной сети и выходом в Интернет, звуковой усилитель, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная.
<i>Аудитория для самостоятельной работы обучающихся. Центр Интернет-ресурсов.</i>	мультимедийный проектор, экран проекционный, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, программы: 1С, Правовые системы, Марк- SQL, 2ГИС, Кеттел.
<i>Библиотека. Центр интернет-ресурсов</i>	мультимедийный проектор, экран проекционный, принтер, ПК с подключенным интернетом и к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, экраны.

<p><i>Библиотека (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет</i></p>	<p>компьютеры с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.</p>
<p><i>Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами (студенты с ограниченными возможностями здоровья</i></p>	<p>компьютеры с подключением к локальной сети филиала, Центру интернет-ресурсов и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья</p>