

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Кафедра социальной антропологии и межкультурных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой социальной антропологии и
межкультурных коммуникаций
Протокол от «03» сентября 2021 г. №1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Б1.В.ДВ.08.02

краткое наименование дисциплины – не устанавливается

по направлению подготовки:

38.03.04 Государственное муниципальное управление

направленность (профиль): «Внутренняя политика и лидерство»

квалификация выпускника: Бакалавр

формы обучения: очная, заочная

Год набора - 2021

Автор – составитель:

к.полит.н., доцент кафедры ГМУ СИУ – филиала РАНХ и ГС Шевцова Е.В.

**Заведующий кафедрой государственного и муниципального управления
СИУ – филиала РАНХ и ГС:**

к.э.н., доцент Струкова Н.А.

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..... | 5 |
| 3. Содержание и структура дисциплины | 6 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине | 11 |
| 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины..... | 20 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | 24 |
| 6.1. Основная литература | 24 |
| 6.2. Дополнительная литература | 24 |
| 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы..... | 24 |
| 6.4. Нормативные правовые документы..... | 25 |
| 6.5. Интернет-ресурсы..... | 25 |
| 6.6. Иные источники | 25 |
| 7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы..... | 26 |

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Избирательные технологии» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

| Код Компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|-------------------------------------|--|
| ПКс -1 | Способен применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях | ПКс - 1.4 на очной форме обучения | Способность применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |
| | | ПКс - 1.5 на заочной форме обучения | Способность применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |

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

Таблица 2

| ОТФ/ТФ | Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|---|-----------------------------------|---|
| участие в организации политических кампаний и управлении общественным мнением | ПКс - 1.4 на очной форме обучения | на уровне знаний: технологий политического управления и организации политических кампаний; технологий управления общественным мнением на уровне умений: организовывать политические кампании с применением технологий политического управления на уровне навыков: владения технологиями политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |

| | | |
|--|-------------------------------------|---|
| | ПКс - 1.5 на заочной форме обучения | на уровне знаний: технологий политического управления и организации политических кампаний; технологий управления общественным мнением на уровне умений: организовывать политические кампании с применением технологий политического управления на уровне навыков: владения технологиями политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |
|--|-------------------------------------|---|

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.02 «Избирательные технологии» изучается студентами очной формы обучения на четвертом курсе (2 семестр), студентами заочной формы – на четвертом (2 семестр) и пятом курсе (1 семестр), общая трудоемкость дисциплины 33Е.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем для очной формы обучения: 24 часа, из них 8 часов лекций, 16 часов семинарских занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 84 часов.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем для заочной формы обучения: 12 часов, из них 4 часов лекций, 8 часа семинарских занятий. На самостоятельную работу обучающихся выделено 92 часов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: зачет.

Место дисциплины (модуля)

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин:

| | |
|---------|---|
| Б1.В.22 | Политический менеджмент |
| Б1.В.12 | Политический маркетинг |
| Б1.В.07 | Тренинг «Лидерство и управление командой» |
| Б1.В.21 | Избирательное право |

Освоение дисциплины «Избирательные технологии» является основой для дальнейшего формирования компетенций по дисциплинам:

| | |
|------------|--|
| Б2.В.01(П) | Организационно-управленческая практика |
|------------|--|

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

| № п/п | Наименование тем (разделов) | Объем дисциплины, час. | | | | | Форма текущего 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> | | | | | | | | |
| Тема 1. | Введение в дисциплину «Избирательные технологии» | 19 | 1 | | 2 | | 16 | О, Т, Э, Д |
| Тема 2 | Стадии избирательного процесса | 20 | 2 | | 2 | | 16 | О, Т, Д |
| Тема 3 | Стратегия и тактика избирательной кампании | 22 | 2 | | 4 | | 16 | О, Т, ПЗ, Д |
| Тема 4 | Планирование и управление избирательной кампанией | 22 | 2 | | 4 | | 16 | О, Т, ПЗ, Д |
| Тема 5 | Информационное обеспечение избирательной кампании | 25 | 1 | | 4 | | 20 | О, Т, Д |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | Зачет |
| Всего: | | 108 | 8 | | 16 | | 84 | ак.ч. |
| | | 3 | 0,22 | | 0,44 | | 2,34 | З.Е. |
| | | 81 | 6 | | 12 | | 63 | ас.ч. |

Таблица 4.

| № п/п | Наименование | Объем дисциплины, час. | Форма текущего |
|-------|--------------|------------------------|----------------|
|-------|--------------|------------------------|----------------|

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), практическое задание (ПЗ), доклад (Д), эссе (Э)

| | тем (разделов) | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | контроля успеваемости ² , промежуточной аттестации |
|-------------------------------|---|------------|---|----|-------------|-------------|-------------|---|
| | | | л | лр | пз | КСР | | |
| <i>Заочная форма обучения</i> | | | | | | | | |
| Тема 1. | Введение в дисциплину «Избирательные технологии» | 34 | 2 | | 2 | | 30 | О, Т, Э, Д |
| Тема 2 | Стадии избирательного процесса | 34 | 2 | | 2 | | 30 | О, Т, РЗ, Д |
| Тема 3 | Стратегия и тактика избирательной кампании | 36 | 2 | | 4 | | 30 | О, Т, ПЗ, Д |
| Тема 4 | Планирование и управление избирательной кампанией | | | | | | | О, Т, ПЗ, Д |
| Тема 5 | Информационное обеспечение избирательной кампании | | | | | | | О, Т, Д |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | Зачет |
| Всего: | | 108 | 4 | | 8 | 4 | 92 | ак.ч. |
| | | 3 | 0,11 | | 0,22 | 0,11 | 2,56 | З.Е. |
| | | 81 | 3 | | 6 | 3 | 69 | ас.ч. |

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину «Избирательные технологии»

Понятие «избирательные технологии». Модели избирательных технологий, оценка их эффективности. Становление избирательных технологий в России. Классификация избирательных технологий и сферы их применения. Проблемы эффективности избирательных технологий. Заказчики и исполнители. Правовые, ресурсные и этические ограничения.

Общая характеристика избирательных кампаний как важнейшей составляющей части политического процесса: понятие, сущность, трактовки в современной литературе. Психолого-экономические, социально-психологические, этнопсихологические детерминанты избирательного процесса. Структура избирательной кампании. Основные стадии и этапы избирательной кампании.

Тема 2. Стадии избирательного процесса

Назначение выборов. Обязательность назначения выборов. Правовая основа регламентации стадии назначения выборов в избирательном процессе. Роль решений Конституционного Суда Российской Федерации в определении порядка и сроков

² Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), практическое задание (ПЗ), доклад (Д), эссе (Э)

назначения выборов. Основные модели регулирования порядка назначения выборов в соответствии с видом и уровнем. Порядок назначения выборов в федеральные органы государственной власти Российской Федерации. Назначение очередных и внеочередных выборов. Назначение выборов избирательных комиссий в случае пропуска сроков их назначения иными органами. Правовые основы и особенность назначения выборов. Субъекты назначения выборов. Порядок назначения выборов. Участие избирательных комиссий в назначении выборов.

Образование избирательных округов и участков. Опыт зарубежных стран в организации регистрации избирателей. Способы регистрации избирателей. Субъекты, осуществляющие регистрацию избирателей. Основания для регистрации. Порядок составления списков избирателей. Основания для включения в список. Порядок, сроки, требования, предусмотренные для образования одномандатных и многомандатных округов. Публикация схемы избирательных округов. Требования, предъявляемые для создания избирательных участков. Порядок и критерии образования.

Регистрация (учет) избирателей. Составление списков избирателей. Образование избирательных округов. Образование избирательных участков. Выдвижение и регистрация кандидатов. Выдвижение кандидатов как одно из условий реализации пассивного избирательного права. Выдвижение кандидатов непосредственно избирателями, избирательными блоками, самовыдвижение. Процедура сбора подписей в поддержку кандидатов. Условия сбора подписей, формальные требования к подписным листам. Регистрация кандидатов как процесс проверки избирательными комиссиями соответствия порядка выдвижения кандидатов. Проверка достоверности данных, содержащихся в подписных листах. Субъекты права выдвижения кандидатов. Общая характеристика. Порядок выдвижения кандидатов избирателями. Реализация права на самовыдвижение. Выдвижение кандидатов избирательными объединениями и избирательными блоками. Сбор подписей и регистрация избирателей.

Информационное обеспечение и предвыборная агитация. Деятельность, направленная на побуждение избирателей участвовать в выборах, а также к голосованию за или против тех или иных кандидатов. Предвыборная агитация как институт избирательного права и стадия избирательного процесса. Запреты на участие в предвыборной агитации. Проведение предвыборной агитации через СМИ, путем проведения публичных предвыборных мероприятий, путем выпуска печатных и иных агитационных материалов. Политическая реклама. Проблемы осуществления предвыборной агитации через интернет. Цель агитации, порядок, сроки проведения, субъекты. Ограничения на проведение предвыборной агитации, предусмотренные федеральным законодательством.

Финансирование выборов. Прямое и косвенное финансирование. Государственное и негосударственное финансирование выборов. Понятие и виды избирательных фондов. Порядок открытия и закрытия счетов избирательных объединений. Законные источники финансирования. Ограничение финансирования. Бюджетное финансирование избирательных комиссий. Контроль за расходованием средств на подготовку и проведение выборов. Принципы гласности и открытости финансирования. Финансовые отчеты комиссий и ответственность за правонарушения, связанные с финансированием выборов. Понятие и виды финансирования. Избирательные фонды: понятие, порядок формирования и расходования средств. Финансирование избирательных комиссий. Контроль за использованием средств избирательных фондов.

Организация голосования. Требования, предъявляемые к бюллетеню для голосования, Изготовление и защита бюллетеня от подделки. Время проведения выборов, порядок предоставления помещения для голосования, оборудование помещения, процедуры, предшествующие голосованию, выдача бюллетеней и процедура голосования. Организация досрочного голосования. Требования к заполнению бюллетеней и его хранению, голосование вне помещения для голосования. Открепительное удостоверение

для голосования: порядок получения и осуществления волеизъявления. Избирательный бюллетень. Требования, предъявляемые к оформлению. Порядок получения и заполнения избирательного бюллетеня. Помещения для голосования и организация голосования. Досрочное голосование.

Подведение итогов выборов и повторное голосование. Подсчет и погашение неиспользованных бюллетеней, испорченных бюллетеней. Непосредственный подсчет голосов избирателей. Оформление протокола об итогах голосования. Требования к хранению документации избирательных комиссий после окончания выборов. Повторное голосование. Опубликование результатов выборов: основные требования. Порядок подведения итогов выборов. Документация избирательных комиссий. Основания, порядок проведения подведения итогов повторного голосования. Основания, порядок проведения и подведения итогов повторных выборов

Тема 3. Стратегия и тактика избирательной кампании.

Стратегическое планирование избирательной кампании.

Разработка стратегии - ключевой вопрос управления избирательной кампанией. Стратегия как основная линия деятельности кандидата и его команды, методы и способы реализации целей избирательной кампании.

Стратегическое планирование по Ф. Гоулду. Основные стадии разработки стратегии избирательной кампании. Цели и адресные группы кампании в контексте стратегического планирования. Сегментация электорального рынка. Адресные группы кампании по М. Нуару, Социально-демографические признаки и ценности как основания для сегментации электората. Определение проблемы кампании: стратегии "аукциона" и "трансферта".

Роль послания и слогана в стратегическом планировании кампании. Требования к составлению слоганов. Классификация слоганов. Мировой и российский опыт формулировки слоганов.

Варианты подходов к классификации электоральных стратегий. Социальная, политическая и имиджевая стратегии. Маркетинговые избирательные стратегии: концентрированная, дифференцированная, недифференцированная. SWOT-анализ в стратегическом планировании кампаний; цели кампании; проблема кампании; адресная группа; стратегия кампании; лозунги; коммуникационная стратегия; сетевой график; рабочий план кампании. Варианты определения целей кампании и типа электоральной стратегии (концентрированной, дифференцированной и недифференцированной). Сочетание разных стратегий в кампании одного кандидата. Тактика кампаний: оборонительная и наступательная; позитивная и негативная. Возможность позитивно-негативной тактики. Работа Консультанта по созданию стратегии в избирательной кампании Клиента. Работа с электоратом. Разработка стратегии имиджа Клиента. Работа Консультанта с командой и активистами Клиента во время избирательной кампании. Разработка тактики кампании (дизайн, структура управления, подготовка персонала). Осуществление юридической защиты. Суть электоральной стратегии и стратегического контроля по Ф. Гоулду. Стратегические оси кампании (А. Ковлер). Тактическое планирование кампании. Составные элементы тактического плана. Календарный план кампании.

Общая характеристика ресурсов избирательной кампании. Основные и дополнительные ресурсы. Финансовые ресурсы. Организационные ресурсы. Информационные ресурсы. Кадровые ресурсы. Административный ресурс и особенности его использования в российских избирательных кампаниях

Тема 4. Планирование и управление избирательной кампанией.

Основные стадии и этапы подготовки и проведение избирательной кампании.

Формы сбора и анализа информации. Определение общего количества избирателей. Данные прошлых выборов. Оценка политического ландшафта.

Изучение политических предпочтений избирателей. Расчет количества голосов, необходимых для победы. Ожидаемая явка. Типы электорального поведения.

Региональные, территориальные, этнические и другие особенности населения. Роль социологических исследований в планировании избирательной кампании. Основные виды планов в избирательной кампании. Основные требования и подходы к разработке плана агитационно-рекламной кампании. План фандрайзинга. План деятельности кандидата. Общий (сводный) план-график избирательной кампании.

Основные модели управления избирательной кампании. Территориальная модель. Функциональная модель. Предвыборный штаб кампании, его состав и функции. Примерная структура избирательного штаба. Политический менеджер как руководитель избирательной кампании. Практические основы коммуникации («внутренней» и «внешней»).

Подбор персонала. Добровольные помощники. Работа с общественными организациями и со своей партией (с местными, региональными и центральными).

Сбор средств. Организация работы избирательного штаба в кризисных условиях. Критерии эффективности работы избирательного штаба. Контроль за ходом голосования и подсчетом голосов. Организация наблюдения за выборами

Тема 5. Информационное обеспечение избирательной кампании.

Эффективность стратегии и достоверность собранной информации. Типология источников информации. Источники первичной информации. Источники вторичной информации. Требования к работе информационно-аналитической группы. Итоги работы с информацией. Обработка полученной информации.

Структура информационных ресурсов в Интернете. Позитивные и негативные моменты подключения к Интернету субъектов избирательного процесса. Факторы, способствующие и препятствующие распространению Интернета в России. Сетевые издания и выборы.

Деструктивные технологии в избирательных кампаниях. Российское общественное мнение о "грязных" технологиях и "черном" пиаре в избирательных кампаниях. Электоральная демократия как соревнование с неопределенным результатом. Проблема легитимности антимаркетинга. Условия превращения антимаркетинга в главную стратегическую цель кампании. Антимаркетинг в политической жизни демократических стран. Жесткий стиль ведения политического боя в современных избирательных кампаниях. Эффективность антимаркетинга. Манипулятивность и деструктивность избирательного процесса (Г Грибанова). Борьба с деструктивными технологиями: законодательные, организационные и политико-культурные аспекты.

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

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Избирательные технологии» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Таблица 5

Методы текущего контроля для очной, заочной форм обучения

| Тема (раздел) | | Методы текущего контроля успеваемости |
|---------------|---|---|
| Тема 1. | Введение в дисциплину «Избирательные технологии» | Устный / письменный ответ на вопросы / представление презентации Решение тестовых заданий в СДО «Академия» Эссе |
| Тема 2 | Стадии избирательного процесса | Устный / письменный ответ на вопросы / представление презентации Решение тестовых заданий в СДО «Академия» |
| Тема 3 | Стратегия и тактика избирательной кампании | Устный / письменный ответ на вопросы / представление презентации Решение тестовых заданий в СДО «Академия» Практическое задание |
| Тема 4 | Планирование и управление избирательной кампанией | Устный / письменный ответ на вопросы / представление презентации Решение тестовых заданий в СДО «Академия» Практическое задание |
| Тема 5 | Информационное обеспечение избирательной кампании | Устный / письменный ответ на вопросы / представление презентации Решение тестовых заданий в СДО «Академия» |

4.1.2. Зачет проводится в форме устного / письменного ответа на вопросы (собеседования), электронного тестирования с применением СДО «Академия», выполнения контрольной работы.

В случае получения оценки за электронное тестирование менее 51 балла зачет проводится с использованием билетов, в которые включаются теоретические и практические задания.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре государственного и муниципального управления.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ УСТНОГО (ПИСЬМЕННОГО) ОПРОСА

Тема 1. Введение в дисциплину «Избирательные технологии»

1. Причины и условия возрастания роли политических технологий в современном обществе. Сущностные характеристики, специфика и необходимость использования.
2. Типы и виды политических технологий. Способы формирования и этапы политических технологий.

Тема 2. Стадии избирательного процесса

1. Современные избирательные системы: принципы классификации, достоинства и недостатки.
2. Избирательные системы современной России: общая характеристика.
3. Центральная Избирательная Комиссия РФ: правовой статус.

Тема 3. Стратегия и тактика избирательной кампании

1. Реализация специальных проектов.
2. Реализация мероприятий кампании.
3. Этапы кампании.

4. Тема 4. Планирование и управление избирательной кампанией

1. Структура управления избирательной кампанией, проектирование избирательных кампаний.
2. Управление штабом кампании.

Тема 5. Информационное обеспечение избирательной кампании

3. Использование контрпропаганды в политической борьбе.
4. Манипуляция общественным сознанием в СМИ.
5. Информационные войны в современной России.
6. Роль СМИ в современном избирательном процессе в России.
7. Влияние СМИ на электоральное поведение избирателей.
8. Особенности политической рекламы в Интернете.

ТИПОВЫЕ ТЕМЫ ЭССЕ

1. «Выборы – единственная гонка, в которой побеждает большинство» (Л. Питер)
2. «Избирательный бюллетень сильнее пули» (А. Линкольн)
3. «Образование – лучший страж свободы, чем развёрнутая армия» (Э. Эверетт)
4. «Государство существует не для того, чтобы на земле был рай. Государство нужно для того, чтобы на земле не было ада» (В. Соловьев)
5. «Лучше регулярно ходить на выборы, чем однажды попасть на баррикады» (Э. Севрус)
6. «Победа на выборах обеспечивается в основном тем, что большинство людей голосуют не «за», а «против» (Ф. Адамс)
7. «Голосование не определяет хода событий. Голосование решает, кто будет определять ход событий» (Дж. Уилл)
8. «Неосведомленность одного избирателя в демократичном обществе наносит ущерб
9. безопасности всех» (Дж. Кеннеди)
10. «Управление государством зависит от подбора мудрых людей» (Конфуций)

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тема 1. Введение в дисциплину «Избирательные технологии»

1. Избирательные _____ – совокупность приемов и методов, направленных на оптимизацию достижения стратегических целей избирательной кампании.

технологии

2. _____ избирателей – причины, побуждающие избирателей делать тот или иной выбор относительно участия в выборах, определяющие установки избирателей относительно акторов политического рынка.

мотивы поведения

характеристики

позиционирование

Тема 2. Стадии избирательного процесса

1. Понятия избирательного права и избирательной системы относятся:

1) К выборам органов государственной власти Российской Федерации путем голосования избирателей Российской Федерации;

2) К выборам органов государственной власти РФ и субъектов Федерации;

3) к выборам государственных органов Российской Федерации осуществляемых любыми способами;

4) к выборам руководителей палат Парламента, председателей постоянных комиссий палат, их заместителями;

5) К выборам государственных органов, должностных лиц и органов общественных объединений;

6) К выборам государственных органов Российской Федерации, должностных лиц Российской Федерации и органов местного самоуправления.

6. Группа депутатов Государственной Думы обратилась в Конституционный Суд, заявляя, что предусмотренный законом 5% избирательный барьер нарушает конституционные принципы

1) всеобщего избирательного права

2) равного избирательного права.

Конституционный Суд постановил:

1) принцип всеобщего избирательного права не нарушается;

2) всеобщего и равного – если к распределению мест будут допущены не менее двух партий.

Тема 3. Стратегия и тактика избирательной кампании

1. _____ избирательной кампании – оптимальное направление действий кампании, ориентированных на достижение успеха на выборах, включающее определение целей, задач, последовательности действий кампании, ее планирование и ведение, а также распределение материальных, финансовых и людских ресурсов.

стратегия

тактика

проведение

итоги

2. _____ избирательной кампании – конкретные пути и способы достижения электоральных целей с определением конкретных исполнителей и сроков.

стратегия

тактика
проведение
итоги

Тема 4. Планирование и управление избирательной кампанией

1. _____ рынка – разбивка его на четкие группы потребителей, где основанием разделения служит их желание потреблять «свой» (специальный) товар или его особую модификацию.

сегментирование

2. В случае принятия концепции предвыборной программы как символического атрибута избирательной кампании, то она должна быть обнародована ...

задолго до официального начала предвыборной кампании

с началом официальной предвыборной кампании

ближе к дате выборов

Тема 5. Информационное обеспечение избирательной кампании

1. Соотнесите формы компромата

| | |
|--|------------|
| адекватная информация, дискредитирующая политика и потому тщательно скрываемая им от аудитории | правда |
| смесь реальных фактов с интерпретацией и/или придуманными фактами | полуправда |
| правдоподобная, очень похожая на действительность информация, которая вполне могла иметь объективное подтверждение | неправда |
| откровенная дезинформация, имеющая мало общего с реальной действительностью или не имеющая с ней ничего общего вовсе | ложь |

2. Действенность слухов усиливает эффект _____.

коммуникативного резонанса

публичного пространства

дискурсивной реальности

гипостазирующей реификации

ТИПОВЫЕ ТЕМЫ ДОКЛАДОВ-ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Тема 1. Введение в дисциплину «Избирательные технологии»

1. Причины и условия возрастания роли политических технологий в современном обществе. Сущностные характеристики, специфика и необходимость использования.

2. Типы и виды политических технологий. Способы формирования и этапы политических технологий

3. Общая характеристика избирательных кампаний как важнейшей составляющей части политического процесса: понятие, сущность, трактовки в современной литературе.

Тема 2. Стадии избирательного процесса

1. Психолого-экономические, социально-психологические, этнопсихологические детерминанты избирательного процесса.

2. Особенности проведения предвыборной агитации через интернет.

3. Основания назначения и порядок повторного голосования и повторных выборов.

4. Референдум как форма непосредственной демократии.

Тема 3. Стратегия и тактика избирательной кампании

4. Характеристика основных методов диагностико-аналитических и социологических исследований.

5. Оценка общественной мнения собственными силами.

6. Определение политических и управленческих целей в избирательной кампании.

7. Центральная тема (темы) избирательной кампании.

8. Стратегия принадлежности к политической партии.

Тема 4. Планирование и управление избирательной кампанией

1. Субъект-объектные отношения в рамках избирательных процессов.

2. Кандидат (человек, партия, позиция на референдуме) как субъект избирательной кампании.

3. Мотивы, потребности, ценности субъекта политического процесса.

4. Функции политического лидера.

Тема 5. Информационное обеспечение избирательной кампании

1. Формы использования СМИ в политических технологиях.

2. Определение эффективности СМИ в избирательных кампаниях: телевидение, радио, газеты, Интернет.

3. Конструирование мифов как политическая технология. Методы психотехнологий.

4. Технологии «цветных революций» и алгоритм смены политического режима.

5. Технологии противодействия «цветным революциям».

ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Тема 2. Стадии избирательного процесса

Кандидат в депутаты Г. обратился в избирательную комиссию с заявлением о том, что другой кандидат З. проводит агитацию с нарушением закона. К заявлению приложены агитационные материалы. В чем состоит нарушение? Какое решение может быть принято избирательной комиссией?

Тема 3. Стратегия и тактика избирательной кампании

Нарисуйте схему стратегий избирательной кампании, выделите их преимущества и недостатки.

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 6

| Код Компетенци и | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|------------------------|-----------------------------|---|---|
|------------------------|-----------------------------|---|---|

| | | | |
|--------|---|-------------------------------------|--|
| ПКс -1 | Способен применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях | ПКс - 1.4 на очной форме обучения | Способность применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |
| | | ПКр - 1.5 на заочной форме обучения | Способность применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |

Таблица 7

| Этап освоения компетенции | Показатель оценивания | Критерий оценивания |
|-------------------------------------|--|---|
| ПКс - 1.4 на очной форме обучения | Демонстрирует навыки применения технологий политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях | Продемонстрированы навыки применения технологий политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |
| ПКр - 1.5 на заочной форме обучения | Демонстрирует навыки применения технологий политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях | Продемонстрированы навыки применения технологий политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях |

4.3.2. Типовые оценочные средства

Полный перечень вопросов и заданий находится на кафедре государственного и муниципального управления.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие и виды избирательных технологий
2. Классификация избирательных технологий.
3. Модели избирательных технологий, оценка их эффективности.
4. Избирательный процесс: понятие, стадии.

5. Порядок назначения выборов.
6. Избирательные участки и избирательные округа. Порядок образования.
7. Списки избирателей. Порядок их составления.
8. Порядок выдвижения кандидата на выборные должности.
9. Избирательные фонды: источники поступления, условия хранения средств, цели расходования, контроль и отчетность.
10. Предвыборная агитация: понятие, виды, ограничения.
11. Формы проведения предвыборной агитации.
12. Особенности проведения предвыборной агитации через интернет.
13. Порядок голосования на выборах.
14. Правовой статус наблюдателей за ходом выборов.
15. Подведение итогов выборов
16. Структура избирательной кампании.
17. Основные стадии и этапы избирательной кампании.
18. Правовые, ресурсные и этические ограничения.
19. Политические элиты, их роль и место в избирательном процессе.
20. Электорат и электоральная активность.
21. Ценности, потребности, социальные стереотипы избирателей и их учет в избирательных кампаниях.
22. Общая характеристика ресурсов избирательной кампании: финансовые ресурсы, организационные ресурсы, информационные и кадровые ресурсы.
23. Административный ресурс и особенности его использования в российской избирательных кампаниях.
24. Понятие стратегии избирательной кампании.
25. Научные основы современных избирательных технологий.
26. Роль диагностико-аналитических исследований (социологических, политикопсихологических) в разработке стратегии избирательной кампании.
27. Основные цели и задачи диагностико-аналитических и социологических исследований в избирательной кампании.
28. Сбор и анализ открытой статистической и иной информации (в т.ч. социологической и другой, опубликованной в СМИ).
29. Анализ предвыборной ситуации.
30. Исследование электората.
31. Выявление базовых групп электората.
32. Прогнозирование результатов выборов.
33. Стратегия принадлежности к политической партии.
34. Программа кандидата.
35. Понятие тактики избирательной кампании и ее основные элементы.
36. Использование партийной принадлежности кандидата.
37. Концепция избирательной кампании как обобщенный документ стратегии и тактики.
38. Основные стадии и этапы подготовки и проведение избирательной кампании.
39. Региональные, территориальные, этнические и другие особенности населения.
40. Роль социологических исследований в планировании избирательной кампании.
41. Основные виды планов в избирательной кампании.
42. Основные требования и подходы к разработке плана агитационно-рекламной кампании.
43. Общий (сводный) план-график избирательной кампании.
44. Регулирование развития и функционирования информационных технологий, правовое поле деятельности СМИ, сети Интернет в современной России.
45. Манипуляция массовым сознанием как одна из проблем современного общества.
46. Роль СМИ и политической рекламы в манипуляциях общественным сознанием.

48. Технологии «цветных революций» и алгоритм смены политического режима. Технологии противодействия «цветным революциям».
49. Влияние СМИ на электоральное поведение избирателей.
50. Особенности политической рекламы в Интернете.

ТИПОВЫЕ ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Особенности российской электоральной структуры и манипулирование общественным сознанием в избирательных кампаниях.
2. Политические причины манипулирования в избирательных кампаниях.
3. Социально-психологические особенности электората, способствующего манипулированию.
4. Субъекты манипулирования и социально-психологические характеристики представителей политической и экономической элиты общества, склонных к манипулированию.
5. Информационные средства манипулирования в ходе выборов (общая характеристика).
6. Каналы распространения манипулятивной информации.
7. Манипулятивные аспекты применения средств массовой информации в избирательных кампаниях.
8. Манипулятивные приемы продвижения имиджа кандидата (краткая характеристика).
9. Манипулятивное воздействие на соперников (создание негативных образов).
10. Критический анализ приемов дискредитации соперников в избирательных кампаниях.
11. Избиратели как объект манипулирования (краткая общая характеристика).
12. Привлечение внимания избирателей к предстоящим выборам.
13. Создание у избирателей исключительного представления о предвыборной ситуации.
14. Намеренное распространение слухов, связанных с выборами.
15. Манипулятивные аспекты результатов проведенных социологических исследований
16. Побуждение избирателей к нужному выбору.
17. Приемы принижения соперника.
18. Нарушения законодательства, регулирующего ведение предвыборной агитации.
19. Фальсификация в ходе выборов и подсчета результатов голосования (краткая общая характеристика).
20. Условия, способствующие фальсификации результатов голосования.
21. Приемы фальсификации в ходе голосования.
22. Манипулирование при подсчете голосов.
23. Место манипуляциям в избирательном процессе.
24. Избирательные технологии, нарушающие закон (краткая общая характеристика).
25. Общая характеристика избирательных кампаний как важнейшей составляющей части политического процесса: понятие, сущность, трактовки в современной литературе.
26. Психолого-экономические, социально-психологические, этнопсихологические детерминанты избирательного процесса.
27. Структура избирательной кампании.
28. Основные стадии и этапы избирательной кампании.
29. Избирательные технологии.
30. Классификация избирательных технологий и сферы их применения.
31. Проблемы эффективности избирательных технологий.
32. Заказчики и исполнители.
33. Правовые, ресурсные и этические ограничения.
34. Субъект-объектные отношения в рамках избирательных процессов.
35. Кандидат (человек, партия, позиция на референдуме) как субъект избирательной кампании.
36. Мотивы, потребности, ценности субъекта.

37. Лидерство как социальное явление.
 38. Функции политического лидера.
 39. Политические элиты, их роль и место в избирательном процессе.
 40. Электорат и электоральная активность.

Шкала оценивания.

Таблица 8.

| Зачет | Критерии оценки |
|-----------|---|
| незачтено | Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы. |
| зачтено | Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач. |

Методические материалы промежуточной аттестации.

Зачет включает ответы на теоретические вопросы и выполнение практических заданий, прохождение электронного тестирования в СДО «Академия», а также выполнение контрольной работы.

Выполнение практических заданий проводится в устной / письменной форме.

Для получения положительной оценки на зачете достаточно изучить рекомендуемую основную литературу, а также нормативно-правовые акты в действующей редакции, а также усвоить умения и навыки в ходе контактной работы с преподавателем путем опроса, тестирования и выполнения различных практических заданий.

Студент 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 студент должен полно и аргументированно ответить на вопрос билета, демонстрируя знания либо умения в его рамках.

Итоговая оценка по дисциплине формируется на основании следующей формулы:

$$\Sigma = \text{ПКЗ} \times 0,4 + \text{ТЕСТ} \times 0,3 + \text{ОС} \times 0,3.$$

При этом применяется следующая шкала перевода из 100-балльной шкалы в 4-х балльную:

0 – 50 баллов – «неудовлетворительно»;

51 – 64 баллов – «удовлетворительно»;

65 – 84 балла – «хорошо»;

85 – 100 баллов – «отлично».

Тестирование проводится в СДО в соответствии с установленными требованиями. Итоговый тест формируется на аппаратном уровне с использованием банка тестовых заданий по дисциплине. Проверка результатов тестирования осуществляется автоматически.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предназначена для того, чтобы дать бакалавру необходимые теоретические знания, приобрести навыки необходимые для осуществления профессиональной служебной деятельности в законодательных (представительных) и представительных органах публичной власти.

Кроме того, дисциплина ориентирована на получение практических навыков, таких как владение технологиями политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настроением, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях.

В процессе освоения дисциплины используются следующие методы обучения:

- лекционные занятия;
- практические (семинарские) занятия;
- самостоятельная работа обучающихся.

Реализация компетентного подхода в рамках курса предусматривает использование в учебном процессе лекционных занятий в традиционной форме, а также в форме диалога, дискуссий, разбора конкретных ситуаций и примеров из практики. В ходе лекционных занятий раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающихся к практическим (семинарским) занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы. Для развития основных знаний умений и навыков лекционный курс состоит из традиционных лекций, лекций проблемного типа, лекций-дискуссий. Лекционный материал также представлен в СДО «Академия».

Практические (семинарские) занятия позволяют более детально проработать наиболее важные темы курса. Целью практических (семинарских) занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия. Практические занятия предполагают активную работу обучающихся с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов, навыков исследовательской работы и творческого подхода к решению поставленных задач.

Для развития компетенций наряду с традиционными применяются современные активные методы обучения:

- технология «дебаты»;
- творческие задания;
- групповые дискуссии;
- доклады с мультимедиа презентациями.

Учебным планом для студентов предусмотрена самостоятельная работа, которая способствует более полному усвоению теоретических знаний, выработке навыков аналитической работы с литературой.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Целью самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины является:

- закрепление, расширение и углубление теоретических знаний, полученных студентами на аудиторных занятиях;
- формирование умений и навыков для будущей эффективной самостоятельной профессиональной деятельности;
- развитие у студентов самостоятельности, организованности, творческой активности, потребности развития познавательных способностей.

Самостоятельная работа включает следующие виды деятельности:

- изучение дополнительного учебного материала, в том числе размещенного в СДО «Академия»;
- подготовка и написание докладов;
- самостоятельное выполнение практических заданий, решение проблемно-поисковых задач;
- оформление мультимедийных презентаций по учебным разделам и темам;
- выполнение творческих заданий (составление планов и др.)

В процессе выполнения самостоятельной работы студентам рекомендуется руководствоваться учебной, периодической, научно-технической и справочной литературой, содержащейся в библиотеке института, СДО «Академия», иными Интернет-ресурсами, настоящими методическими рекомендациями.

Контроль за самостоятельной работой может осуществляться в форме защиты индивидуальных работ, выполненных практических заданий, контрольных работ, а также в ходе собеседования и тестирования.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО НАПИСАНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Программой дисциплины предусмотрено выполнение контрольной работы.

Контрольная работа должна быть оформлена в соответствии с установленными требованиями: аккуратно без помарок, без сокращений слов (кроме общепринятых). Титульный лист должен быть оформлен в соответствии с действующим стандартом. Страницы необходимо пронумеровать и оставить поля для замечаний рецензента и исправлений (дополнений), вносимых автором после получения рецензии.

В конце работы следует привести список использованной литературы с указанием автора, названия, издательства, года издания, страниц. Работа должна быть подписана автором с указанием даты ее выполнения. Минимальное количество источников – 10, в том числе не менее 1 – на иностранном языке (допустимы интернет-ресурсы, за исключением Википедии, сайтов рефератов или выпускных работ).

Объем контрольной работы – 10-15 страниц. Гарнитура Times New Roman, интервал 1,5, размер шрифта 14.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ОПРОСУ

Опрос в рамках изучаемой темы может проходить как в устной, так и в письменной форме.

Опрос проводится только после изучения материала темы и направлен на ее закрепление.

Вопросы могут быть направлены как на закрепление знаний, например, нормативно-правовых актов, составляющих источники информации и подлежащих применению, так и на формирование умений.

Для успешного ответа на вопросы вполне достаточно изучения основных источников литературы.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Решение практических заданий нацелено на формирование у студента соответствующих компетентностных практических умений и навыков.

При решении задач ответ должен быть дан конкретно на поставленный вопрос, при этом обязательным являются отсылки к нормативным правовым актам федерального, регионального законодательства, муниципальным правовым актам, актам международного права, нормативным правовым актам иностранных государств.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ

Для подготовки к тестированию следует изучить содержание как минимум основных источников и нормативно-правовых документов, рекомендуемых данной рабочей программой. Тестирование не предусматривает большого количества открытых ответов.

Тестирование осуществляется в СДО «Академия» на основе банка тестовых заданий. Данный банк также используется для организации тренировочного тестирования, которое проводится в ходе изучения отдельной темы.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ДОКЛАДА И ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Этапы подготовки доклада. Определение цели доклада; подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада; составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности; общее знакомство с литературой и выделение среди источников главного; уточнение плана, отбор материала к каждому пункту плана; композиционное оформление доклада; подготовки тезисов выступления; выступление с докладом; обсуждение и оценивание доклада.

Композиционное оформление доклада – это его реальная речевая внешняя структура, в ней отражается соотношение частей выступления по их цели, стилистическим особенностям, по объёму, сочетанию рациональных и эмоциональных моментов, как правило, элементами композиции доклада являются: вступление, определение предмета выступления, изложение (опровержение), заключение. Вступление должно содержать: название доклада; сообщение основной идеи; современную оценку предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; интересную для слушателей форму изложения. Выступление состоит из следующих частей: Основная часть, в которой выступающий должен раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. Заключение – чёткое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов должно быть адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Следующие слайды можно подготовить, используя два разных подхода. При первом подходе на слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования: объем текста на слайде – не больше 7 строк; маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов; отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках; значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации. Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.

При втором подходе на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования: выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации). Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков – не меньше 24

пунктов, для информации – для информации не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Заключительный слайд презентации, содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», вряд ли приемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов еще не является завершением выступления. Кроме того, такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение. Оптимальным вариантом представляется повторение первого слайда в конце презентации, поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения 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. – 2-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 280 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения: 08.02.2022). - Загл. с экрана.
2. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 244 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/428193> (дата обращения: 08.02.2022).
3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432128> (дата обращения: 08.02.2022).
4. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-02695-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433036> (дата обращения: 08.02.2022).
5. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 08.02.2022).

6.2. Дополнительная литература

1. Абашкина Е., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю. и др. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. Психологическое пособие для политиков. 2Т. — М.: Антиква, 1993. — Т.1.- 221с.; Т.2. — 423с.
2. Избирательное право России : учебник / В.О. Лучин, В.Н. Беленовский, Т.М. Пряхина и др. ; под ред. В.О. Лучина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 735 с. : ил., табл., граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01903-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115027> (08.02.2022).
3. Ковлер А.И. Избирательная кампания: организация и методы работы с избирателями. — М.: РЦИТ, 1995. — 47с.
4. Ковлер А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. — М.: Институт государства и права РАН, 1997. — 216с.
5. Ковлер А.И. Основы политического маркетинга (технология организации избирательных кампаний) /Институт государства и права РАН / Гуманитарный и политологический центр «Стратегия». — М.: ИГПАН, 1993. — 46с.
6. Ляпина Т. Современные избирательные технологи и театр политических теней. Руководство по постановке политических представлений. — Киев: Рыбари, 2009. — 399с.

7. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. — М.: Русская панорама, 2006. — 680с.; 2014. — 688с.; 2017. — 656с.
8. Скрипкина Ж.Б Избирательные системы и технологии : учебное пособие / Ж.Б Скрипкина. - М.: Вуз. учеб., Изд-во ВЗФЭИ, 2007.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – 2-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2012. – 280 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения: 08.02.2022). - Загл. с экрана.

6.4 Нормативные правовые документы

1. Конституция РФ. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года // Рос. газета. – 2020 - 4 июля.
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 11 июля 2001 года № 95-ФЗ «О политических партиях»
4. Федеральный закон от 10 января 2003 года № 19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации»
5. Федеральный закон от 22 февраля 2014 года № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
6. Федеральный закон от 18 мая 2005 года N 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»
7. Федеральный закон от 10 января 2003 года № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы»
8. Федеральный закон от 26 ноября 1996 года № 138-ФЗ «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления»
9. Федеральный закон от 12 мая 2009 года N 95-ФЗ «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами»
10. 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»

6.5. Интернет-ресурсы

- Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://duma.gov.ru/>, свободный (дата обращения – 01.09.2021).
- Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://council.gov.ru/>, свободный (дата обращения – 01.09.2021).
- Система государственных органов Новосибирской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nso.ru> , свободный (дата обращения – 01.09.2021).
- Система государственных органов Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gov.ru> , свободный (дата обращения – 01.09.2021).
- Совет депутатов города Новосибирска [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gorsovetnsk.ru/>, свободный (дата обращения – 01.09.2021).

6.6. Иные источники

Иные источники не предусмотрены.

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

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий лекционного типа), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и кресла – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; экран; персональный компьютер; звуковая система; проектор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; персональный компьютер; телевизор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья - рабочие места обучающихся и преподавателя), доска аудиторная; персональные компьютеры моноблоки; проектор; веб-камера; экран. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе с рабочих мест обучающихся. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows; пакеты лицензионных программ: MS Office, MS Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Информационно-ресурсный центр) оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Microsoft Teams, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Материалы дисциплины «Избирательные технологии» размещены в СДО «Академия».