

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

# ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ (Б1.В.ДВ.3.1)

Краткое наименование – Полит.менеджмент

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в  
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

**Автор – составитель:**

доцент, кандидат философских наук, доцент Г. И. Плясуля

Новосибирск, 2019

## **1. Цель освоения дисциплины:**

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

## **2. План курса:**

### **Раздел 1. Место и роль политического менеджмента в современной науке и практике.**

Тема 1.1. Политический менеджмент: его соотношение с иными формами политико-управленческой деятельности.

Сущность понятия «политический менеджмент». Общее и различия между политическим менеджментом и политическим управлением. Политика как форма неравновесного взаимодействия. Иррациональность политической деятельности. Политика и политическое управление. Управляющие и управляемые. Взаимосвязь политической и управленческой деятельности.

Особенности управленческого воздействия в условиях политического монизма и политического плюрализма. Политическое управление и политическое руководство: их соотношение и взаимосвязь. Политический менеджмент как специфическая форма политического управления. Рациональность политического менеджмента. Его место в управленческих процессах. Государственное управление и политический менеджмент.

Тема 1.2. Функции и принципы политического менеджмента.

Основные управленческие функции, их циклический характер. Классификация функций политического управления. Условия эффективной реализации цикла политического менеджмента.

Организация управления как функция. Роль граждан в организации политического управления. Учет социально-политических интересов в организации политического менеджмента.

Мотивация как функция политического менеджмента. Ее место в системе политического менеджмента. Роль менеджера в мотивации политической деятельности.

Сущность принципов политического менеджмента. Основные принципы политического менеджмента: поддержание стабильности, обеспечение развития, защиты интересов населения. Проблема реализации принципов

политического менеджмента. Принцип «не навреди» в принятии политических решений.

Тема 1.3. Сфера применения политического менеджмента.

Политический менеджмент как теория и практика рационального управления в условиях либеральной экономики, как система практических рекомендаций с учетом «человеческих отношений» и правил «группового поведения».

Менеджмент в выборных кампаниях, референдумах, в разрешении политических противоречий и конфликтов. Политический анализ и политический менеджмент.

Политический менеджмент в сфере государственной службы и системы органов государственной власти. Особенности применения. Политический менеджмент в сфере публичной политики и СМИ.

## **Раздел 2. Технология урегулирования политических конфликтов.**

Тема 2.1. Источники политического конфликта и способы его урегулирования.

Сущность, источники политического конфликта. Задачи субъекта управления конфликтами на основных этапах его развития.

Переговоры как основное средство урегулирования политического конфликта. Функции переговоров. Стратегии переговоров: торг и совместный с партнером поиск решения проблемы. Тактики переговоров: оказание давления на партнера, завышения первоначальных требований, расстановка ложных акцентов в собственной позиции, прием «салями», прием «выжидания», вынесения спорных вопросов «за скобки», постепенное повышение сложности обсуждаемых вопросов, прием «блоковой атаки», прием «пробного шара».

Тема 2.2. Переговорный процесс.

Этапы переговорного процесса. Технология подготовки и проведения переговоров. Отработка переговорной позиции. Особенности дискуссионного этапа. Роль национального и личного стилей в характере переговоров. Оформление результатов переговорного процесса.

Тема 2.3. Роль посредничества в урегулировании политического конфликта.

Сущность посредничества и его виды. Этапы посредничества. Технология посреднической деятельности. Посредничество в международной политической практике. Показатели эффективности в посреднической деятельности.

### **Раздел 3. Технология принятия политических решений**

Тема 3.1. Подготовка политического решения: выработка альтернатив и экспертиза проектов.

Разработка проектов публичного решения. Создание рабочих групп и участие «мозговых центров». Составления базовой концепции проекта политического решения.

Анализ проблемной ситуации и правила селекции, процедуры включения вопросов в "повестку дня". Способы блокировки и учета социальных проблем ЛПР: 1) "пресечение"; 2) опережающая оппозиция"; 3) "мобилизационный наклон"; 4) "ошибочный интерес" и пр.

Императивный характер приоритетных целей. Учет ограниченности ресурсов лимита времени при подготовке вариантов решений. Выбор "стандартного", "инновационного" или "оригинального" вида решения. Формулирование крайних" (наилучшего и наихудшего) и "промежуточных" решений. Метод обращения к прецедентам.

Описание ожидаемых преимуществ и недостатков вариантов политического решения. Оценки вероятности реализации решений и измерение их предпочтительности. Задачи и методы сравнительной оценки предпочтительности политических решений в отдельных проблемных ситуациях России.

Тема 3.2. Выбор оптимального решения в политике: рациональные критерии и процедуры определения.

Основные виды выбора решений: индивидуальный, групповой и массовый. Индивидуальный выбор, его рациональные критерии: "пессимизма"; 2) "оптимизма"; 3) "максимального среднего выигрыша"; 4) критерий Гурвица (по шкале пессимизм-оптимизм). Внеинституциональные факторы давления на ЛПР.

Специфика группового (коллегиального) выбора в политике, его рациональные принципы: "большинства голосов"; 2) "диктатора"; 3) принцип Курно; 4) принцип Парето; 5) комбинированный принцип Эджворта. Параметры эффективности в выборе предпочтительного решения. Методика многокритериального выбора решения в условиях дефицита политической информации. Выборы и Референдумы как виды массовых решений. "Общественный выбор" как модель разработки и определения массовых решений.

Определение легитимизации единственного решения как итоговый этап процесса рационального выбора.

Тема 3.3. Технология блокирования и продвижения публичных решений.

Принятие государственных решений и механизм регулирования общественных ресурсов. Роль центров принятия решений в распределении коллективных ресурсов общества. Иерархические уровни ЦПР: зоны властных полномочий и сферы контроля над ресурсами. Неравномерность распределения общественных ресурсов между различными группами интересов в зависимости от уровня их активности и степени давления.

Лоббирование как способ давления социальных групп на центры и лиц, принимающих государственные решения, в целях оптимального обеспечения групповых интересов. Политическое решение как объект лоббирования. Группы давления: их виды, потенциал мобилизации сферы влияния. Институциональные "правила игры" и процедуры лоббирования. Легализация и институционализация лоббирования. Правовые и социокультурные механизмы регулирования лоббистской деятельности.

## **Раздел 4. Электоральный менеджмент**

Тема 4.1. Стратегическое планирование 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.

Вариант стратегического планирования: пример Великобритании.

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.

Тема 4.2. Стратегия и тактика избирательной кампании.

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. Управление политическим временем. Выбор момента вступления в избирательную кампанию. Стратегии организации политического времени (О. Куликов, Г.Шипилов): "стратегия рывка", "стратегия быстрого финала", "крейсерская стратегия", "стратегия гребенки".

Тема 4.3. 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.

Тема 4.4. 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 антимакетинга в главную стратегическую цель кампании. Антимакетинг в политической жизни демократических стран. Жесткий стиль ведения политического боя в современных избирательных кампаниях. Эффективность антимакетинга. Манипулятивность и деструктивность избирательного процесса (Г Грибанова). Борьба с деструктивными технологиями: законодательные, организационные и политико-культурные аспекты.

## **Раздел 5. Технология конструирования имиджа политика**

Тема 5.1. Сущность, структура, типы политического имиджа.

Имидж политика как один из главных инструментов воздействия на политический выбор граждан. Определение имиджа.

Коммуникативная функция как главная функция имиджа в избирательной кампании. Компоненты коммуникативной функции. Номинативная, эстетическая и адресная функции. Составляющие имиджа. Внутренние и внешние составляющие. Ядро имиджа. Имиджевые характеристики (А. Ковлер, Г. Поченцов). Типологизация политических имиджей. Типология Р.-Ж. Шварценберга. Использование театральных амплуа в американской и европейской политике XX в. Политический имидж в российской политике. Типологии отечественных специалистов (В. Амелин).

Тема 5.2. Стратегии конструирования имиджа.

Стратегии построения имиджа. Роль позиционирования в формировании имиджа политика. Представления последователей об идеальном лидере. Требования к имиджу политика в разных социокультурных контекстах. Возможности избирательной кампании для формирования имиджа политика. Актуализация имиджа: примирение традиции и новации. Заповеди имиджмейкера.

Тема 5.3. Конструирование социальных характеристик и лидерских качеств политика.

Социально-личностный потенциал политического лидера. Социальное окружение лидера и предпочтения последователей. Ожидания последователей и конструирование социального опыта политика. Близкое окружение политика и его хобби. Конструирование социальных проблем под архетип социальных характеристик и лидерских качеств политика. Формирование образа «я один из вас». Создание легенды «я сделал себя сам».

Тема 5.4. Конструирование речевого образа политика.

Речь как политическое действие. Ключевые слова и их роль в текстовом сообщении. Виды и способы построения аргументов. Языковые средства контакта лидера с аудиторией: авторизация и адресация. Стилистические приемы усиления эмоционально-психологического восприятия речи: повторы, парцелляция, предвидение возражения, эмоциональное противопоставление, вопросно-ответный ход, риторический диалог. Психологические уловки в процессе выступления политика.

### 3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
<b>Раздел 1.</b>	<b>Место и роль политического менеджмента в современной науке и практике</b>	
Тема 1.1.	Политический менеджмент: его соотношение с иными формами политико-управленческой деятельности.	опрос
Тема 1.2.	Функции и принципы политического менеджмента.	групповая дискуссия
Тема 1.3.	Сфера применения политического менеджмента.	тест
<b>Раздел 2.</b>	<b>Технология урегулирования политических конфликтов</b>	
Тема 2.1.	Источники политического конфликта и способы его урегулирования.	групповая дискуссия
Тема 2.2.	Переговорный процесс.	ролевая игра
Тема 2.3.	Роль посредничества в урегулировании политического конфликта.	опрос
<b>Раздел 3.</b>	<b>Технология принятия политических решений</b>	
Тема 3.1.	Подготовка политического решения: выработка альтернатив и экспертиза проектов.	работа в малых группах
Тема 3.2.	Выбор оптимального решения в политике: рациональные критерии и процедуры определения	опрос
Тема 3.3.	Технология блокирования и продвижения публичных решений.	презентация практического задания
<b>Раздел 4.</b>	<b>Электоральный менеджмент</b>	
Тема 4.1.	Стратегическое планирование избирательной кампании	опрос
Тема 4.2.	Стратегия и тактики избирательной кампании.	ролевая игра



Тема 4.3.	Информационное обеспечение избирательной кампании.	групповая дискуссия
Тема 4.4.	Деструктивные технологии в избирательных кампаниях.	презентация практического задания
<b>Раздел 5.</b>	<b>Технология конструирования имиджа политика</b>	
Тема 5.1.	Сущность, структура, типы политического имиджа.	опрос
Тема 5.2.	Стратегии конструирования имиджа.	групповая дискуссия
Тема 5.3.	Конструирование социальных характеристик и лидерских качеств политика.	презентация практического задания
Тема 5.4.	Конструирование речевого образа политика.	работа в малых группах

Форма промежуточной аттестации: **зачёт**.

#### **4. Основная литература**

1. Плясуля, Г. И. Политический менеджмент : учеб. пособие для студентов днев. отд-ния по специальности 030602.65 - Связи с общественностью / Г. И. Плясуля ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2009. - 206 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из Б-ки электрон. изданий / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : [http://siu.ranepa.ru/UMM\\_1/1973/pm\\_up\\_11.pdf](http://siu.ranepa.ru/UMM_1/1973/pm_up_11.pdf), требуется авторизация (дата обращения : 20.03.2017). – Загл. с экрана.