

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Кафедра государственного и муниципального управления

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ 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: Бакалавр

формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора - 2022

**Автор – составитель:**

к.полит.н., доцент кафедры ГМУ Шевцова Е.В.

Новосибирск, 2021

## **1.Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины состоит в формировании у студентов способности применять технологии политического управления и организации политических кампаний, управления общественным мнением и настраиванием, как в штатных, так и в экстремальных ситуациях.

## **2.План курса:**

### **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 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 избирательной 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 кампанией. 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 подсчётом 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 неопределённым 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.

### 3.Формы текущего контроля и промежуточной аттестации

Методы текущего контроля для очной, очно-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»

*Форма промежуточной аттестации - зачет.*

#### 4.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).