

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)  
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с  
государственными требованиями к  
минимуму содержания и уровню  
подготовки выпускников по  
направлению политология и  
Положением «Об УМКД РАУ».

Институт: Права и Политики

Кафедра: Политологии

Автор(ы):: д.полит.н., доцент Устинович Е.С.

***УЧЕБНО--МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС***

Дисциплина: Б1.В.ДВ.04.01 Электоральный менеджмент

Магистерская программа: «Прикладная политология»

Направление: 41.04.04 Политология

Форма обучения: очная

**ЕРЕВАН**



## Структура и содержание УМКД

Обучающийся, освоивший дисциплину «Электоральный менеджмент» должен демонстрировать способность и готовность: - использовать основные методы электорального менеджмента,

- анализировать политическую ситуацию в стране и за ее пределами с целью ее изменения,
- оценивать эффективность избирательной и любой другой политической кампании,
- применять результаты современных исследований в области политического управления;
- обосновать необходимость проведения того или иного мероприятия в рамках политической кампании;
- проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой с использованием современного научно-исследовательского инструментария;
- обобщать результаты исследований в форме научно-исследовательских курсовых работ и проектов, оценивать данные результаты с точки зрения их применимости для выработки рекомендаций и оценки практических мероприятий политического менеджмента.

2. Дисциплина «Электоральный менеджмент» включена в раздел "Б1.В.ВД.04.01 Дисциплины по выбору" основной профессиональной магистерской образовательной программы 41.04.04 "Прикладная политология и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

**Таблица трудоемкости дисциплин и видов учебной работы**

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах	Распределение по семестрам					
		сем	сем	сем	сем.	сем	сем.
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:</b>							
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:							
1.1.1. Лекции		10					
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.		26					
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов							
1.1.2.2. Кейсы							
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги							
1.1.2.4. Контрольные работы		27					
1.1.2.5. Другое (указать)							
1.1.3. Семинары							
1.1.4. Лабораторные работы							
1.1.5. Другие виды (указать)							
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:		81					

1.2.1. Подготовка к экзаменам							
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)							
1.2.2.1. Письменные домашние задания							
1.2.2.2. Курсовые работы							
1.2.2.3. Эссе и рефераты							
1.2.2.4. Другое (указать)							
1.3. Консультации							
1.4. Другие методы и формы занятий							
Итоговый контроль (Экзамен, Зачет, диф. зачет - указать)							

## Содержание дисциплин

### Форма 1. Тематический план и трудоемкость аудиторных занятий (модули, разделы дисциплины и виды занятий) по учебному плану

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. Занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Другие виды занятий (ак. часов)
1	2=3+4+5+6+7	3	4	5	6	7
Модуль 1. (Вписать название модуля)						
Введение						
Раздел 1.						
Тема 1. Современные избирательные технологии и менеджмент	7	2	5			
Тема 2. Организационно-административный менеджмент	7	2	5			
Тема 3. Информационно-аналитический менеджмент	7	2	5			
Тема 4. Стратегический менеджмент	7	2	5			
Тема 5. Коммуникационный	8	2	6			
<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	<b>10</b>	<b>26</b>			

### Распределение весов по видам контролей

Формы контролей	Веса форм текущих контролей в результирующих оценках текущих контролей			Веса форм промежуточных контролей в оценках промежуточных контролей			Веса оценок промежуточных контролей и результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей			Веса итоговых оценок промежуточных контролей в результирующей оценке промежуточных контролей	Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля
	M1 <sup>1</sup>	M2	M3	M1	M2	M3	M1	M2	M3		
Вид учебной работы/контроля											
Контрольная работа						0.5					
Тест											

<sup>1</sup> Учебный Модуль

Курсовая работа											
Лабораторные работы											
Письменные домашние задания											
Реферат											
Эссе			1								
<i>Другие формы (Указать)</i>											
<i>Другие формы (Указать)</i>											
Весы результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей									0.5		
Весы оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей											
Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей											
Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей											
Вес итоговой оценки 3-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей										1	
Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля											0.5
<b>Экзамен/зачет (оценка итогового контроля)</b>											0.5 (Экзамен)
	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$	$\Sigma = 1$

## Содержание тем дисциплины

### Тема 1. Современные избирательные технологии и менеджмент

Политико-электоральные технологии: понятие, сущность, типы. Электоральный менеджмент: функции и специфика. Политический маркетинг в избирательной кампании. Политическое консультирование.

### Тема 2. Организационно-административный менеджмент

Структура, формирование и организация работы избирательного штаба. Профессиональная культура электорального менеджера и консультанта. Правовые аспекты подготовки и проведения избирательной кампании. Финансовый консультант в избирательной кампании.

### Тема 3. Информационно-аналитический менеджмент

Социально-политический портрет региона. Социологические исследования и замеры общественного мнения в избирательной кампании. Информационное обеспечение избирательной кампании. Электоральное прогнозирование.

### Тема 4. Стратегический менеджмент

Стратегическое планирование избирательной кампании. Стратегия и тактика избирательной кампании. Подготовка программы кандидата.

### **Тема 5. Коммуникационный менеджмент**

Имидж кандидата. Политическая реклама в избирательной кампании. PR в системе электоральных коммуникаций. технологии в избирательных кампаниях и методы борьбы с ними.

### **Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента**

#### **Тематика эссе (примерная):**

1. Место и роль выборов в условиях различных политических режимов.
2. Становление и тенденции современного развития политической рекламы
3. Современные рекламные технологии, их влияние на политический процесс
4. Политический маркетинг и паблик рилейшнз в избирательном процессе.
5. Политическая реклама на выборах в современной России
6. Концепция заинтересованных группы и групп давления в политической науке
7. Психологические факторы участия в выборах российских избирателей
8. Избирательные системы современности, сравнительный анализ
9. Избирательное право: международные стандарты и российское законодательство
10. Особенности участия партий в избирательном процессе.
11. Избирательное право: международные стандарты и российское законодательство
12. Политический менеджмент в избирательной кампании
13. Технологии избирательной кампании в современной России
14. Особенности избирательных кампаний различного уровня и масштаба.
15. Электоральный менеджмент в условиях современного политического процесса.
16. Избирательный маркетинг: понятие и основные методы исследования.
17. Особенности профессионализации деятельности в электоральном менеджменте.
18. Особенности современного рынка консалтинговых услуг.
19. Роль избирательных технологий в современном электоральном процессе.
20. Особенности российских и западных избирательных технологий: сравнительный анализ.
21. Проектирование избирательной кампании.
22. Проблемы использования административного ресурса в российских избирательных кампаниях.
23. Имидж кандидата в избирательной кампании.

24. Формирование имиджа политической партии в условиях российского избирательного процесса.
25. Особенности финансирования западных и российских избирательных кампаний.
26. Штаб избирательной кампании и эффективность его работы.
27. Роль диагностико-аналитических исследований в избирательных кампаниях.
28. Особенности социологических исследований в российских и западных избирательных кампаниях.
29. Фондрайзинг и его особенности в российских и западных избирательных кампаниях.
30. Политический PR как «прозрачные» технологии в избирательном процессе.
31. Политическая реклама и пропаганда как манипулятивные технологии в избирательных кампаниях.
32. Особенности политической рекламы в электронных и печатных СМИ.
33. Место и роль «полевых» технологий в избирательных кампаниях: российский и зарубежный опыт.
34. Особенности использования манипулятивных технологий в российском избирательном процессе.
35. Особенности технологий дискредитации соперников в российских избирательных кампаниях.
36. Административный ресурс и его роль в российских избирательных кампаниях.
37. Особенности избирательных технологий в Интернете.

#### **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### Литература:

1. Нормативные правовые акты... (о выборах, партиях, НКО, их финансировании и т.п.)

##### Основная литература:

1. Айвазова С.Г. Российские выборы: гендерное прочтение. М.: Московские учебники и картолитографии, 2008.
2. Александер Дуглас Дж., Карлсон Кристина Дж. Основные принципы фандрейзинга. Издательство: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 240с.
3. Алексей Иванов. Бесплатная реклама: Результат без бюджета. М.: Альпина Пабlishерс, 2010.
4. Анциферова И.В. Избирательный процесс.: социологический анализ. автореф. докт. социол. н.М., РАГС, 2009

5. Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. — СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА-МУЗЫКИ», 2010. — 286 с.: ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература).
6. Ашкеров А.Ю., Бударагин М.А., Гараджа Н.В.. Основы теории политических партий. Финансовая и хозяйственная деятельность политических партий. 2007;
7. Барабанов М.В.. Партии и многопартийность в современной России: возникновение, основные тенденции развития. 2011;
8. Барезhev В.А., Малькевич А.А. Организация и проведение PR-кампаний. СПб и др.: Питер

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

При необходимости может использоваться проектор и компьютер.