

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Институт государственной службы и управления

Кафедра регионального управления

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры регионального  
управления

Протокол от «23» июня 2017 г. № 11

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ОД.4 Управление общественно-политическими процессами

---

*(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)*

УОПП

---

*(краткое наименование дисциплины)*

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

---

*(код, наименование направления подготовки)*

Стратегическое управление городом

---

*(направленность (профиль))*

магистр

---

*(квалификация)*

заочная

---

*(форма обучения)*

Год набора - 2016

Москва, 2017 г.



**Автор–составитель:**

Доктор социологических наук Комлева Валентина Вячеславовна

Заведующий кафедрой

И.о. заведующего кафедрой регионального управления, доктор политических наук,  
профессор Штоль В.В.



## 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.....	21
6.1. Основная литература.....	21
6.2. Дополнительная литература.....	21
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	22
6.4. Нормативные правовые документы.....	22
6.5. Интернет-ресурсы.....	23
6.6. Иные источники.....	23
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	25



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

1.1 Дисциплина Б1.В.ОД.4 Управление общественно-политическими процессами обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции	ПК-6.2	Способность понимать тенденции социально-политического развития мирового сообщества
ПК-8	владением принципами и современными методами управления операциями в различных сферах деятельности	ПК-8.2	Владение методами разработки и реализации избирательных и общественно-политических проектов
ПК-10	способностью вырабатывать решения, учитывающие правовую и нормативную базу	ПК-10.2	Способность вырабатывать решения, учитывающие правовую и нормативную базу

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
применять законодательство, нормативно-правовые процедуры в административной деятельности,	ПК-6.2	на уровне знаний: знает основные общественно-политические тенденции развития мирового сообщества
		на уровне умений: умеет выявлять особенности функционирования социально-политических структур
		на уровне навыков: владеет методами анализа



готовить проекты нормативных правовых актов, их технико-экономическое обоснование; разрабатывать административные регламенты, проекты должностных		политических процессов
	ПК-8.2	на уровне знаний: знает методы разработки избирательных и общественно-политических проектов
		на уровне умений: умеет выявлять условия и факторы реализации избирательных и общественно-политических проектов
		на уровне навыков: владеет навыками реализации избирательных и общественно-политических проектов
	ПК-10.2	на уровне знаний: знает конституционно-правовые основы избирательных и общественно-политических проектов, в сфере муниципального управления
		на уровне умений: разрабатывает проекты принятия и реализации управленческих решений в сфере муниципального управления с учетом нормативных требований
		на уровне навыков: владеет навыком критической оценки принимаемых решений с опорой на правовую и нормативную базу

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.ОД.4 Управление общественно-политическими процессами составляет 4 зачетные единицы.

На заочной форме обучения дисциплина изучается в 1 и 2 семестрах. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 22 часа: практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 113 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина изучается в 1 и 2 семестрах.

Дисциплина Б1.В.ОД.4 Управление общественно-политическими процессами входит в Блок 1 «Дисциплины»

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.ОД.3 Административная этика и деловые коммуникации (3 семестр), Б1.В.ОД.8 Муниципальная служба (4 семестр), Б1.В.ДВ.5.1 Избирательные технологии (4 семестр), Б1.В.ДВ.5.2 Общественно-политические проекты (4 семестр).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для Б1.В.ДВ.7.1 Имидж и бренды города (5 семестр), Б1.В.ДВ.7.2 Гражданское общество и социальные коммуникации (5 семестр), Б1.В.ДВ.7.3 Информационно-коммуникационные технологии и техника специальных возможностей для инвалидов (5 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен (2 семестр).



### 3. Содержание и структура дисциплины

заочная форма обучения

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ/	КСР		
заочная форма обучения								
Тема 1	Общественные отношения: определение и история развития. Правовые и этические основы общественно-политических отношений. Коммуникации как основа общественно-политических отношений. Общественность и общественное мнение как объекты управления в сфере общественно-политических отношений	43	2		4		37	О
Тема 2	Основные организационные формы деятельности в сфере общественно-политических отношений. Организация и проведение кампаний в сфере общественно-политических отношений. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ). Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	46	2		6		38	О
Тема 3	Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью. Имидж как средство общественно-политических отношений. Антикризисные общественные отношения.	46	2		6		38	О, Р



	Общественные отношения в государственном секторе							
Промежуточная аттестация		9					Э	
Всего:		144	6		16		113	

Примечание:

\*\* – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р)

\*\*\* - формы промежуточной аттестации: экзамен (Э).

## Содержание дисциплины

### Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития. Правовые и этические основы общественно-политических отношений. Коммуникации как основа общественно-политических отношений. Общественность и общественное мнение как объекты управления в сфере общественно-политических отношений

Природа общественно-политических отношений. Разновидности и система общественно-политических отношений. Особенности общественно-политических отношений в открытом (функциональный подход) и закрытом (функционерский подход) обществах.

Подходы к определению общественно-политических отношений (public relations) как науки и сферы деятельности. Субъект и объект общественно-политических отношений. Цели и задачи общественно-политических отношений.

Принципы и функции общественно-политических отношений.

История становления общественно-политических отношений как сферы деятельности. Особенности проявления общественно-политических отношений в античности и средневековье. Зарождение основ общественно-политических отношений как сферы деятельности в их современном понимании. Особенности общественно-политических отношений XIX-XX веках. Становление общественно-политических отношений как сферы деятельности в России.

Взаимосвязь и различия общественно-политических отношений как сферы деятельности с пропагандой, рекламой, маркетингом и др.

Практика зарубежного правового регулирования общественно-политических отношений. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественно-политических отношений.

Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу общественно-политических отношений органов государственной власти Российской Федерации и органов государственной власти субъектов Российской Федерации с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями, предприятиями и учреждениями. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность: законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.

Этические нормы профессионального поведения. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов в сфере общественно-политических отношений. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественно-политических отношений.

Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественно-политических отношений. Коммуникативная модель общественно-политических отношений как сферы деятельности (модели Дж. Грюника и Т. Ханта).

Коммуникационные каналы, их емкость. Вербальные и невербальные коммуникации в общественно-политических отношениях. Построение и виды коммуникационной сети в сфере общественно-политических отношений.

Понятия «толпа», «масса», «общественность» и их различия (теория Г. Блумера). Основные сущностные признаки общественности. Типология групп общественности.



Закономерности функционирования групп общественности. Определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов». Целевые и приоритетные группы общественности. Каналы выхода на различные группы общественности: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия. Суть общественного мнения и его роль в сфере общественно-политических отношений (15 законов Х. Кентрила). Основные функции общественного мнения. Характерные особенности общественного мнения как социального института (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность). Структура общественного мнения. Субъект общественного мнения и механизмы его выявления. Объекты общественного мнения и критерии их определения. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи. Приемы формирования общественного мнения: стихийные и рациональные. Показатели качественной определенности общественного мнения.

Способы и механизмы управления общественным мнением: убеждение, влияние, манипулирование; социальная установка (принцип доминанты А. А. Ухтомского); стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф).

«Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приемы выявления стереотипов. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространенные мифологемы. .

## **Тема 2. Основные организационные формы деятельности в сфере общественно-политических отношений. Организация и проведение кампаний в сфере общественно-политических отношений. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ). Менеджмент новостей и конструирование новостной информации**

Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями. Личные качества и квалификация специалиста по общественным отношениям.

Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям. Собственный отдел или департамент: преимущества и недостатки. Структура отдела. Консультирование в сфере общественно-политических отношений: независимый консультант-эксперт, консультационная фирма. Виды агентств по деятельности в сфере общественно-политических отношений: типовое агентство, полного цикла, широкого профиля, специализированное, сетевое; агентства политконсалтинга и одного клиента; агентства аффилированное и независимое международное. Структура типового агентства. Выбор кампании: конкурсный и выборочный методы.

Кампания в сфере общественно-политических отношений: основные определения и задачи. Отличие кампании в сфере общественно-политических отношений от рекламной кампании. Типология кампаний в сфере общественно-политических отношений. Общая схема кампании в сфере общественно-политических отношений: формула RACE, модифицированная концепция ROPE.

Аналитический этап кампании в сфере общественно-политических отношений.

Понятие и общая характеристика исследования в контексте общественно-политических отношений. Направления исследований на этапе подготовки кампании в сфере общественно-политических отношений. Виды и методы исследований в сфере общественно-политических отношений: использование статистики, вторичные исследования, тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, социологические исследования аудитории, общественного мнения. Изучение общественного мнения:



выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, контент-анализ, фокус-группа.

Шестиэтапная модель планирования кампании в сфере общественно-политических отношений. Определение целей кампании, разработка стратегии и тактики ее реализации. Материально-техническое и финансовое обеспечение реализации в сфере общественно-политических отношений.

Практическая реализация кампании в сфере общественно-политических отношений. Проблема коммуникаций при реализации кампании.

Проведение кампании в условиях ограниченных ресурсов. Учет и контроль при реализации кампании в сфере общественно-политических отношений.

Оценка эффективности кампании в сфере общественно-политических отношений: методика EAV, методика Г. Тульчинского, подход компании Sinicas Communications Inc и др. Учет российской специфики при использовании современных методов оценки эффективности кампании.

Определение и характеристики основных СМИ. Сходство и различия основных СМИ. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха. Понятие и составление медиакарты. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественно-политических отношений. Стратегия и тактика использования СМИ в сфере общественно-политических отношений, общие принципы взаимодействия со СМИ.

Организационные формы взаимодействия со СМИ: пресссекретарь и пресс-служба. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ – media relation. Различия и сходство в работе пресс-секретаря и специалиста в сфере общественно-политических отношений.

Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро.

Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественно-политических отношений: комплексные информационные услуги, подготовка информационных материалов, мониторинг прессы, спин-мастерская деятельность, паблисити, «джинса».

Виды рабочих мероприятий для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, интервью, встреча без галстуков и др. Документальные материалы для СМИ: бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит и др.

Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ. Понятие «информационного повода». Определение и классификация новостей. Основной и дополнительный вес новости. Приемы конструирования новостной информации: использование праздничных и памятных дат; подходы, позволяющие усилить новость; метод «продлонгирования» новости. Механизм управления новостной информацией: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, манипулирование информацией, приоритетная постановка информации, информационное партнерство. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.

Формы подачи информационно-новостных материалов. PR-текст: понятие, типология, особенности. Требования к подготовке PR-текстов. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении.

### **Тема 3. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью.**



## **Имидж как средство общественно-политических отношений. Антикризисные общественные отношения. Общественные отношения в государственном секторе**

Виды документов для внешней и внутренней общественности: концепция, программы, бюджет, отчет, флаеры, брошюры.

Специальные мероприятия в сфере общественно-политических отношений: определение и функции. Выставки и ярмарки: организация проведения и основные проблемы. Презентации: их цели и особенности.

Конференции: виды и правила подготовки. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения. Церемонии открытия и дни открытых дверей.

Специальные методы: спонсорство, благотворительность, фандрейзинг, спичрайтинг, организация перформансов и др.

Внутрикорпоративные общественные отношения. Информационное поле внутри организации: внутрикорпоративные печатные издания, рассылка новостей по e-mail, доски объявлений, совместное празднование событий, мероприятия для детей сотрудников, спортивные мероприятия и др.

Понятие и роль имиджа в сфере общественно-политических отношений.

Уровни и разновидности имиджа. Основные структурные модели.

Персональный имидж: основные характеристики (непроверяемость, эмоциональность, гармоничность, управляемость, идеальность, целостность, стереотипичность, реалистичность, гуманистичность, вариабельность). Составляющие характеристики: биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные, контекстные, кредо. Особенности персонального имиджа в органах власти. Самоимидж.

Корпоративный имидж: составляющие и законы функционирования. Атрибуты, отличительные черты, габаритные характеристики, миссия, слоган, корпоративная философия, фирменный стиль. Внешний и внутренний корпоративный имидж.

Особенности имидживых конструкций в деятельности органов власти: специфика, стереотипы, направленность коммуникаций, характеристика каналов распространения, характер целевой аудитории. Репутация, образ, социальная роль и имидж – взаимозависимость и различия.

Основные технологии и проблемы формирования имиджа. Задачи коррекции и модификации имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа, отстройка, реклама и антиреклама имиджа. Фирменный стиль как важнейшее средство формирования имиджа.

Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия. Основные события, вызывающие кризис. Причины возникновения кризисов и их классификация. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов. Основные характеристики деятельности в сфере общественно-политических отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития. Основные части антикризисной программы в сфере общественно-политических отношений. Типичные ошибки, совершаемые в процессе общественно-политических отношений во время кризиса. Работа с последствиями кризиса.

Процедурные технологии в сфере общественно-политических отношений.

Переговоры: понятие и функции. Стадии процесса переговоров.

Понятие и цель фасилитации. Роль фасилитатора. Три главные составляющие фасилитации. Модель групповой эффективности:



групповой процесс; групповая структура; организационный контекст. Диагноз группового поведения. Этапы фасилитации. Понятие медиации и ее роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.

Понятие информационной политики. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации.

Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Прессслужба органа власти: организация, структура, функции. Примерное Положение о деятельности пресс-службы.

Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий. Специфика общественно-политических отношений в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений. Сбор средств и их распределение. Определение предвыборной стратегии кандидата. Определение средств доведения до избирателей необходимой информации.

Предвыборная работа с кандидатами, электоратом. Каналы личной и неличной коммуникации кандидата с избирателями.

Подготовка кандидата к публичному выступлению. Встречи с избирателями. Участие в теледебатах, публичных дискуссиях. Организация работы общественной приемной. Подготовка и проведение зрелищных, культурных, спортивных мероприятий.

Лоббирование.

#### **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 Б1.В.ОД.4 Управление общественно-политическими процессами используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	Общественные отношения: определение и история развития. Правовые и этические основы общественно-политических отношений. Коммуникации как основа общественно-политических отношений. Общественность и общественное мнение как объекты управления в сфере общественно-политических отношений	опрос
Тема 2.	Основные организационные формы деятельности в сфере общественно-политических отношений. Организация и проведение кампаний в сфере общественно-политических отношений. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ).	опрос



	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	
Тема 3.	Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью. Имидж как средство общественно-политических отношений. Антикризисные общественные отношения. Общественные отношения в государственном секторе	Опрос, защита рефератов

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен в устной форме (ответы на вопросы)

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами,
- участие в обсуждении докладов.
- защита реферата.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия., за защиту реферата

Вопросы для подготовки к опросам по темам:

**Тема 1. Общественные отношения: определение и история развития. Правовые и этические основы общественно-политических отношений. Коммуникации как основа общественно-политических отношений. Общественность и общественное мнение как объекты управления в сфере общественно-политических отношений**

1. Природа общественно-политических отношений. Разновидности и система общественно-политических отношений. Особенности общественно-политических отношений в открытом (функциональный подход) и закрытом (функциональный подход) обществах.
2. Подходы к определению общественно-политических отношений как науки и сферы деятельности. Субъект и объект общественно-политических отношений. Цели и задачи общественно-политических отношений.
3. Принципы и функции общественно-политических отношений.
4. История становления общественно-политических отношений как сферы деятельности. Особенности проявления общественно-политических отношений в античности и средневековье. Зарождение основ общественно-политических отношений как сферы деятельности в их современном понимании. Особенности общественно-политических отношений XIX-XX веках. Становление общественно-политических отношений как сферы деятельности в России.
5. Взаимосвязь и различия общественно-политических отношений как сферы деятельности с пропагандой, рекламой, маркетингом и др.
6. Практика зарубежного правового регулирования общественно-политических отношений. Правовое регулирование деятельности международных организаций в сфере общественно-политических отношений.
7. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу общественно-политических отношений органов государственной власти Российской Федерации



и органов государственной власти субъектов Российской Федерации с гражданами, средствами массовой информации, политическими партиями и движениями, коммерческими и некоммерческими организациями, предприятиями и учреждениями. Законы и нормативные акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность: законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей.

8. Этические нормы профессионального поведения. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов в сфере общественно-политических отношений. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественно-политических отношений.
9. Сущность и особенности коммуникаций в сфере общественно-политических отношений. Коммуникативная модель общественно-политических отношений как сферы деятельности (модели Дж. Грюника и Т. Ханта).
10. Коммуникационные каналы, их емкость. Вербальные и невербальные коммуникации в общественно-политических отношениях. Построение и виды коммуникационной сети в сфере общественно-политических отношений.
11. Понятия «толпа», «масса», «общественность» и их различия (теория Г. Блумера). Основные сущностные признаки общественности. Типология групп общественности. Закономерности функционирования групп общественности. Определение понятий «лидеры мнений» и «группы интересов». Целевые и приоритетные группы общественности. Каналы выхода на различные группы общественности: СМИ, мероприятия и акции, документы; критерии отбора и оценка эффективности воздействия.
12. Суть общественного мнения и его роль в сфере общественно-политических отношений (15 законов Х. Кентрила). Основные функции общественного мнения. Характерные особенности общественного мнения как социального института (направленность, интенсивность, стабильность, информационная насыщенность). Структура общественного мнения. Субъект общественного мнения и механизмы его выявления. Объекты общественного мнения и критерии их определения. Источники формирования общественного мнения: индивидуальный опыт, опыт «других», слухи. Приемы формирования общественного мнения: стихийные и рациональные. Показатели качественной определенности общественного мнения.
13. Способы и механизмы управления общественным мнением: убеждение, влияние, манипулирование; социальная установка (принцип доминанты А. А. Ухтомского); стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф).
14. «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приемы выявления стереотипов. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространенные мифологемы.

## **Тема 2. Основные организационные формы деятельности в сфере общественно-политических отношений. Организация и проведение кампаний в сфере общественно-политических отношений. Установление и поддержание отношений со средствами массовой информации (СМИ). Менеджмент новостей и конструирование новостной информации**

1. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям: информирование общественности, формирование общественного мнения, управление кризисными ситуациями. Личные качества и квалификация специалиста по общественным отношениям.



2. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям. Собственный отдел или департамент: преимущества и недостатки. Структура отдела. Консультирование в сфере общественно-политических отношений: независимый консультант-эксперт, консультационная фирма. Виды агентств по деятельности в сфере общественно-политических отношений: типовое агентство, полного цикла, широкого профиля, специализированное, сетевое; агентства политконсалтинга и одного клиента; агентства аффилированное и независимое международное. Структура типового агентства. Выбор кампании: конкурсный и выборочный методы.
3. Кампания в сфере общественно-политических отношений: основные определения и задачи. Отличие кампании в сфере общественно-политических отношений от рекламной кампании. Типология кампаний в сфере общественно-политических отношений. Общая схема кампании в сфере общественно-политических отношений: формула RACE, модифицированная концепция ROPE.
4. Аналитический этап кампании в сфере общественно-политических отношений.
5. Понятие и общая характеристика исследования в контексте общественно-политических отношений. Направления исследований на этапе подготовки кампании в сфере общественно-политических отношений. Виды и методы исследований в сфере общественно-политических отношений: использование статистики, вторичные исследования, тематические и проблемные обзоры материалов СМИ, социологические исследования аудитории, общественного мнения. Изучение общественного мнения: выборка, рейтинговая шкала, социологические опросы, групповое интервью, контент-анализ, фокус-группа.
6. Шестиэтапная модель планирования кампании в сфере общественно-политических отношений. Определение целей кампании, разработка стратегии и тактики ее реализации. Материально-техническое и финансовое обеспечение реализации в сфере общественно-политических отношений.
7. Практическая реализация кампании в сфере общественно-политических отношений. Проблема коммуникаций при реализации кампании.
8. Проведение кампании в условиях ограниченных ресурсов. Учет и контроль при реализации кампании в сфере общественно-политических отношений.
9. Оценка эффективности кампании в сфере общественно-политических отношений: методика EAV, методика Г. Тульчинского, подход компании Sinicas Communications Inc и др. Учет российской специфики при использовании современных методов оценки эффективности кампании.
10. Определение и характеристики основных СМИ. Сходство и различия основных СМИ. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха. Понятие и составление медиакарты. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественно-политических отношений. Стратегия и тактика использования СМИ в сфере общественно-политических отношений, общие принципы взаимодействия со СМИ.
11. Организационные формы взаимодействия со СМИ: пресссекретарь и пресс-служба. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ – media relation. Различия и сходство в работе пресс-секретаря и специалиста в сфере общественно-политических отношений.
12. Организация работы корпоративного пресс-центра, пресс-бюро.



13. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественно-политических отношений: комплексные информационные услуги, подготовка информационных материалов, мониторинг прессы, спин-мастерская деятельность, паблисити, «джинса».
14. Виды рабочих мероприятий для СМИ: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, интервью, встреча без галстуков и др. Документальные материалы для СМИ: бэкграундер, пресс-релиз, медиа-кит и др.
15. Новостная информация как объект взаимодействия организации и СМИ. Понятие «информационного повода». Определение и классификация новостей. Основной и дополнительный вес новости. Приемы конструирования новостной информации: использование праздничных и памятных дат; подходы, позволяющие усилить новость; метод «продлонгирования» новости. Механизм управления новостной информацией: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, манипулирование информацией, приоритетная постановка информации, информационное партнерство. Продвижение новостей: оптимизация формы и стиля подачи новостного материала.
16. Формы подачи информационно-новостных материалов. PR-текст: понятие, типология, особенности. Требования к подготовке PR-текстов. Речи, их написание и произнесение. Выступления на радио и телевидении.

**Тема 3. Приемы и правила отношений с внешней и внутренней общественностью. Имидж как средство общественно-политических отношений. Антикризисные общественные отношения. Общественные отношения в государственном секторе**

1. Виды документов для внешней и внутренней общественности: концепция, программы, бюджет, отчет, флаеры, брошюры.
2. Специальные мероприятия в сфере общественно-политических отношений: определение и функции. Выставки и ярмарки: организация проведения и основные проблемы. Презентации: их цели и особенности.
3. Конференции: виды и правила подготовки. Приемы, их сущность, назначение и подготовка проведения. Церемонии открытия и дни открытых дверей.
4. Специальные методы: спонсорство, благотворительность, фандрейзинг, спичрайтинг, организация перформансов и др.
5. Внутрикорпоративные общественные отношения. Информационное поле внутри организации: внутрикорпоративные печатные издания, рассылка новостей по e-mail, доски объявлений, совместное празднование событий, мероприятия для детей сотрудников, спортивные мероприятия и др.
6. Понятие и роль имиджа в сфере общественно-политических отношений.
7. Уровни и разновидности имиджа. Основные структурные модели.
8. Персональный имидж: основные характеристики (непроверяемость, эмоциональность, гармоничность, управляемость, идеальность, целостность, стереотипичность, реалистичность, гуманистичность, вариабельность). Составляющие характеристики: биологические, коммуникативные, социальные, мифологические, профессиональные, контекстные, кредо. Особенности персонального имиджа в органах власти. Самоимидж.
9. Корпоративный имидж: составляющие и законы функционирования. Атрибуты, отличительные черты, габаритные характеристики, миссия, слоган, корпоративная философия, фирменный стиль. Внешний и внутренний корпоративный имидж.
10. Особенности имидживых конструкций в деятельности органов власти: специфика, стереотипы, направленность коммуникаций, характеристика каналов распространения,



характер целевой аудитории. Репутация, образ, социальная роль и имидж – взаимозависимость и различия.

11. Основные технологии и проблемы формирования имиджа. Задачи коррекции и модификации имиджа: позиционирование, возвышение имиджа, снижение имиджа, отстройка, реклама и антиреклама имиджа. Фирменный стиль как важнейшее средство формирования имиджа.
12. Понятие кризиса как чрезвычайного происшествия. Основные события, вызывающие кризис. Причины возникновения кризисов и их классификация. Особенности, характеризующие кризисные ситуации, последствия кризисов. Основные характеристики деятельности в сфере общественно-политических отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития. Основные части антикризисной программы в сфере общественно-политических отношений. Типичные ошибки, совершаемые в процессе общественно-политических отношений во время кризиса. Работа с последствиями кризиса.
13. Процедурные технологии в сфере общественно-политических отношений.
14. Переговоры: понятие и функции. Стадии процесса переговоров.
15. Понятие и цель фасилитации. Роль фасилитатора. Три главные составляющие фасилитации. Модель групповой эффективности:
16. групповой процесс; групповая структура; организационный контекст. Диагноз группового поведения. Этапы фасилитации. Понятие медиации и ее роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.
17. Понятие информационной политики. Основные проблемы и тенденции развития информационной политики в Российской Федерации.
18. Информационная политика государственных и муниципальных органов власти. Каналы распространения информации. Прямые и обратные информационные связи в работе органа власти. Прессслужба органа власти: организация, структура, функции. Примерное Положение о деятельности пресс-службы.
19. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий. Специфика общественно-политических отношений в избирательной кампании: понятие и характеристика основных направлений. Сбор средств и их распределение. Определение предвыборной стратегии кандидата. Определение средств доведения до избирателей необходимой информации.
20. Предвыборная работа с кандидатами, электоратом. Каналы личной и неличной коммуникации кандидата с избирателями.
21. Подготовка кандидата к публичному выступлению. Встречи с избирателями. Участие в теледебатах, публичных дискуссиях. Организация работы общественной приемной. Подготовка и проведение зрелищных, культурных, спортивных мероприятий.
22. Лоббирование.

Примерные темы для написания рефератов:

1. Структура и закономерности функционирования общественно-политических отношений.
2. История, правовые и этические аспекты общественно-политических отношений.
3. Основные организационные формы в сфере общественно-политических отношений
4. Этапы процесса по управлению общественно-политическими отношениями
5. Средства, методы и технологии общественно-политических отношений
6. Сегментация групп общественности и целевые группы



7. Приемы формирования общественного мнения
8. Рабочие мероприятия в сфере общественно-политических отношений
9. Исследования в сфере общественно-политических отношений
10. Кампании в сфере общественно-политических отношений
11. Эффективность кампаний в сфере общественно-политических отношений
12. Формирование общественного мнения, имиджа и репутации организации в системе управления общественно-политическими отношениями

#### 4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

##### 4.3.1 Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-6	способностью понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции	ПК-6.2	Способность понимать тенденции социально-политического развития мирового сообщества
ПК-8	владением принципами и современными методами управления операциями в различных сферах деятельности	ПК-8.2	Владение методами разработки и реализации избирательных и общественно-политических проектов
ПК-10	способностью вырабатывать решения, учитывающие правовую и нормативную базу	ПК-10.2	Способность вырабатывать решения, учитывающие правовую и нормативную базу

##### 4.3.2 Типовые оценочные средства

###### Вопросы к экзамену

1. Определение и система общественно-политических отношений.
2. Функциональный и функционерский подходы к общественным отношениям.
3. Многообразие определений понятия «общественные отношения».
4. История становления общественно-политических отношений как сферы деятельности.
5. Правовое регулирование сферы общественно-политических отношений за рубежом.
6. Правовое регулирование общественно-политических отношений в России.
7. Международные и национальные сообщества в сфере общественно-политических отношений.



8. Этические хартии, кодексы и декларации в сфере общественно-политических отношений.
9. Коммуникативная модель общественно-политических отношений.
10. Коммуникативные каналы в сфере общественно-политических отношений и их емкость.
11. Понятие и основные признаки общественности.
12. Типология групп общественности.
13. Целевые и приоритетные группы общественности.
14. Сущность и основные функции общественного мнения.
15. Характерные особенности общественного мнения.
16. Структура, субъект и объект общественного мнения.
17. Способы и механизмы управления общественным мнением.
18. Основные сферы деятельности и роль специалиста по общественным отношениям.
19. Функции и основные направления деятельности подразделения по общественным отношениям.
20. Консультирование в сфере общественно-политических отношений.
21. Виды агентств по деятельности в сфере общественно-политических отношений.
22. Определение и задачи кампании в сфере общественно-политических отношений.
23. Исследования в сфере общественно-политических отношений.
24. Планирование кампании в сфере общественно-политических отношений.
25. Практическая реализация кампании в сфере общественно-политических отношений.
26. Методики оценки кампании в сфере общественно-политических отношений.
27. Средства массовой информации и правила их использования в сфере общественно-политических отношений.
28. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере общественно-политических отношений.
29. Организационные формы взаимодействия со СМИ.
30. Пресс-посредничество как важнейший метод работы в сфере общественно-политических отношений.
31. Новостная информация: определение, классификация, основной и дополнительный вес новости.
32. Приемы конструирования новостной информации.
33. Механизмы управления новостной информацией.
34. Формы подачи информационно-новостных материалов.
35. Мероприятия для СМИ.
36. Документальные материалы для СМИ.
37. Виды документов для внешней и внутренней общественности.
38. Специальные мероприятия в сфере общественно-политических отношений.
39. Специальные методы в сфере общественно-политических отношений.
40. Внутрикорпоративные мероприятия и документы в сфере общественно-политических отношений.
41. Понятие и роль имиджа в сфере общественно-политических отношений.
42. Уровни и разновидности имиджа.
43. Особенности персонального имиджа в органах власти.
44. Особенности корпоративного имиджа.
45. Основные технологии и проблемы формирования имиджа.
46. Деятельность в сфере общественно-политических отношений в условиях подготовки к кризисам и во время их развития.
47. Основные части антикризисной программы в сфере общественно-политических отношений.
48. Информационная политика Российской Федерации.



49. Общественные отношения как неотъемлемая часть избирательных технологий.

50. Избирательные технологии в сфере общественно-политических отношений.

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,



- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся в дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### 4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

#### 1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

#### 2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

#### 3. Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические рекомендации по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.



Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Объем реферата 7-15 стр.

## **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. Политическая культура и гражданская ответственность в современной России : коллективная монография / под. ред. В. А. Колесникова ; РАНХиГС при Президенте РФ, Волгоградский филиал. - Волгоград : Изд-во Волгоградского филиала ФГБОУ ВПО РАНХиГС, 2015. - 211 с.
2. Косых О.И. Общественно-политическая активность молодежи [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Косых О.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Академический проект, 2016.— 239 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60133.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Политическая социология : учебник / под ред. В. Д. Виноградова, Н. А. Головина ; Санкт-Петербургский государственный ун-т. - М. : РГ-Пресс, 2013. - 423 с.
2. Политические партии в демократическом обществе: правовые основы организации и деятельности : материалы международной конференции, Санкт-Петербург, 27-28 сентября 2012 г. / под ред. В. Д. Зорькина ; Конституционный Суд Российской Федерации. - М. : Норма, 2013. - 303 с.
3. Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л. Н. Тимофеевой ; Российская ассоциация политической науки ; Исследовательский комитет по политической коммуникативистике. - М. : РОССПЭН, 2012. - 327 с.
4. Dimitri Landa Behavioral Political Economy, Argumentation, and Democratic Theory // The Good Society. - Vol. 24, No. 1 (2015), pp. 86-97. - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/10.5325/goodsociety.24.1.0086>



### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
3. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

### 6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 2014, № 31, ст. 4398.
2. Федеральный закон «О системе государственной службы Российской Федерации» от 27.05.2003 № 58-ФЗ // СЗ РФ. 2003. № 22. Ст. 2063.
3. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004. № 79-ФЗ // СЗ РФ. 2004. № 31. Ст. 3215.
4. Федеральный закон от 07.05.2013 N 79-ФЗ (ред. от 22.12.2014) «О запрете отдельным категориям лиц открывать и иметь счета (вклады), хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации, владеть и (или) пользоваться иностранными финансовыми инструментами» //Собрание законодательства РФ.2013, N 19, ст. 2306.
5. Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ «О противодействии коррупции» // Собрание законодательства РФ.2008, N 52 (ч. 1), ст. 6228.
6. Федеральный закон от 27.07.2010 N 205-ФЗ «Об особенностях прохождения федеральной государственной гражданской службы в системе Министерства иностранных дел Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2010, N 31, ст. 4174.
7. Указ Президента Российской Федерации от 12.08.2002 г. «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих» // СЗ РФ. 2002. № 33. Ст.3196.
8. Указ Президента Российской Федерации от 03.03.2007. № 269 «О комиссиях по соблюдению требований к служебному поведению государственных гражданских служащих Российской Федерации и урегулированию конфликта интересов» // СЗ РФ. 2007. № 11. Ст. 1280.



9. Указ Президента РФ от 10.03.2009 N 261 «О федеральной программе "Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009 - 2013 годы)" // Собрание законодательства РФ. 2009, N 11, ст. 1277.
10. Указ Президента Российской Федерации от 19.11.2002 № 1336 «О Федеральной программе «Реформирование государственной службы Российской Федерации (2003-2005 годы)» // «Российская газета» № 223 23.11.2002.

### 6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая база "Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-правовая база "Гарант Сервис" – <http://www.garant.ru>
3. Организация Объединенных Наций – <http://www.un.org/russian/>
4. Каталог документов по международному праву – <http://list.ru/catalog/11415.html>
5. Права человека в международном праве – <http://www.hrw.org/mssian/>
6. Официальный сайт Европейского Союза (на всех официальных языках) - [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
7. Официальный сайт Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе - [www.osce.org/ru](http://www.osce.org/ru)
8. Официальный сайт Международного Комитета Красного Креста - [www.icrc.org](http://www.icrc.org)
9. Раздел официального сайта ООН, посвященный международному праву - <http://www.un.org/ru/law/>
10. Сайт Министерства иностранных дел РФ - <http://www.mid.ru>
11. <http://www.government.gov.ru> – Официальный сайт Правительства РФ.
12. Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации - <http://www.kremlin.ru/events>
13. Российская газета - <http://www.rg.ru/>
14. Журнал «Россия в глобальной политике» <http://www.globalaffairs.ru/>
15. Журнал «Международная жизнь» <http://www.interaffairs.ru/>
16. Журнал «Вестник международных организаций» <http://www.iorj.hse.ru/>
17. Журнал Корпорации РЭНД (The RAND Corporation) <http://www.rand.org/>
18. Журнал Совета по международным отношениям (Council on Foreign Relations) <http://www.cfr.org/>
19. Журнал Форума глобальной политики (Global Policy Forum) <http://www.globalpolicy.org/>
20. Журнал Королевского института международных отношений (The Royal Institute of International Affairs) <http://www.chathamhouse.org/>
21. Право международной торговли <http://www.miripravo.ru/>
22. Информационный сервер «Терроризм» <http://www.infa.ru/map/terror/index.html>
23. Портал по законодательству Европейского Союза <http://europa.eu.int/eur-lex>.

### 6.6. Иные источники

1. Березутский, Ю. В. Общественные молодежные организации в социологическом измерении : монография / РАНХиГС при Президенте РФ, Дальневосточный ин-т. - Хабаровск : ДВИ-филиал РАНХиГС, 2012. - 169 с.
2. Джагарян А. Общественные органы представительной демократии и их место в современной системе российского местного самоуправления // Сравнительное конституционное обозрение. - 2012. - №3. - С. 111-127.



3. Исаев И. А. Политический стиль и формы правления // История государства и права. - 2012. - №23. - С. 2-5.
4. Леонова О. Г. Политическое регионоведение versus Политическая регионалистика. (Из опыта преподавания новой учебной дисциплины) // Социально-гуманитарные знания. - 2012. - №3. - С. 124-134.
5. Политическая наука : [сборник научных трудов]. Вып. 1. Два десятилетия трансформации современной российской политики / редкол.: Е. Ю. Мелешкина ; РАН, ИНИОН, Российская ассоциация политической науки. - М., 2012. - 228 с.
6. Политическая наука : [сборник научных трудов]. Вып. 2. Идеи модернизации в политической науке и политической практике / редкол.: Е. Ю. Мелешкина ; РАН, ИНИОН, Российская ассоциация политической науки. - М., 2012. - 324 с.
7. Политическая наука : [сборник научных трудов]. Вып. 3. Политические режимы в XXI веке: институциональная устойчивость и трансформации / редкол.: Е. Ю. Мелешкина [и др.] ; ред.-сост. номера: П. В. Панов, О. Г. Харитонов ; РАН, ИНИОН, Российская ассоциация политической науки. - М., 2012. - 336, [1] с.
8. Политическая наука : [сборник научных трудов]. Вып. 4. Мировая политическая динамика / редкол.: Е. Ю. Мелешкина ; ред.-сост. номера И. А. Чихарев ; РАН, ИНИОН, Российская ассоциация политической науки. - М., 2012. - 302, [1] с.
9. Понедельков, А. В. Лидерско-элитная проекция политических процессов современной России: итоги исследований последнего 20-летия (1994-2014 гг.) : информационно-аналитические материалы научно-практической конференции с международным участием "ЛИДЕР, ЭЛИТА, РЕГИОН" (27-28.10.2014 г., Ростов-на-Дону, ЮРИУ РАНХиГС) / РАНХиГС при Президенте РФ, Южно-Российский институт управления. - Ростов-на-Дону : Изд-во ЮРИУ РАНХиГС, 2014. - 112 с.
10. Пушкарева Г. В. Политическое пространство: проблемы теоретической концептуализации // Полис: политические исследования. - 2012. - №2. - С. 166-176.
11. Сморгун Л. В. Политическая идентичность и понятие политического // Полис: политические исследования. - 2012. - №6. - С. 178-185.
12. Сушенков В. А. Политическое участие граждан в общественно-политической жизни: сущность и детерминация // Социально-гуманитарные знания. - 2012. - №2. - С. 125-138.
13. Тамбовцев В. Общественные блага и общественные интересы: есть ли связь? // Вопросы экономики. - 2014. - № 11. - С. 25-40.
14. Хайкин С. Р. Общественное мнение и эффективность политики на Северном Кавказе // Государственная служба. - 2012. - №5. - С. 19-25.
15. Шестопад, Е. Б. Политическая психология : учебник для студентов вузов : допущено М-вом образования РФ... по специальности "Политология". - 4-е издание, переработанное и дополненное. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 342 с.
16. Enrique Moreno Sánchez Atenco, a diez años del movimiento social por el proyecto del aeropuerto. Análisis sociourbano y político // Estudios Demográficos y Urbanos. - Vol. 29, No. 3 (87) (septiembre-diciembre, 2014), pp. 541-578. - <http://www.jstor.org/stable/24368157>
17. Robert Liñeira and Josep Ma Vallès Abstención diferencial en Cataluña y en la Comunidad de Madrid: explicación sociopolítica de un fenómeno urbano / Differential Abstention in Catalonia and the Community of Madrid: A Socio-political Explanation of an Urban Phenomenon // Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. - No. 146 (Abril-Junio 2014), pp. 69-92. - <http://www.jstor.org/stable/24364479>



## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы: читальные залы библиотеки.

Программное обеспечение: MS Office Professional Plus 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.