

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.15.1 «Выборы и избирательные системы: мировой опыт и современная российская политика»

Автор: Кандидат психологических наук, доцент **Гришаева Светлана Алексеевна**
Код и наименование направления подготовки, профиля: 41.03.04 «Политология»
Квалификация (степень) выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области Выборов и избирательных систем.

План курса:

№ п/п	Наименование	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Введение в курс «Основы избирательных технологий»	<p>Политические теории о сущности, типах, функциях выборов в структуры власти. Выборы демократические и недемократические. Критерии демократических и честных выборов.</p> <p>Избирательные технологии как разновидность политических технологий.</p> <p>Избирательная кампания: понятие, сущность, трактовки в современной политологической литературе. Структура избирательной кампании.</p> <p>Субъекты и объекты избирательной кампании. «Товар» и «покупатели» на политическом рынке. «Фирмы», производящие политический товар.</p> <p>«Обмен» и обман на политическом рынке.</p> <p>Профессионализация деятельности в электоральном процессе.</p> <p>Особенности современного рынка консалтинговых услуг. Консалтинговые кампании на электоральном рынке.</p>
Тема 2	История разработки, зарубежная и российская практика избирательных технологий	<p>История становления избирательных технологий в мировой и современной российской практике.</p> <p>Основные этапы становления демократических выборов в России и антидемократические тенденции в электоральном процессе.</p> <p>Избирательные системы в российских выборных кампаниях.</p> <p>Особенности использования избирательных технологий в различных российских избирательных циклах.</p> <p>Политические партии России в избирательных кампаниях и особенности использования избирательных технологий.</p> <p>Сравнительный анализ российских и западных избирательных технологий.</p>

№ п/п	Наименование	Содержание тем (разделов)
Тема 3	Разновидности избирательных технологий	<p>Классификация избирательных технологий в научной литературе.</p> <p>PR как «прозрачные» технологии в избирательном процессе.</p> <p>Традиционные технологии массовой работы в избирательных кампаниях.</p> <p>Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии.</p> <p>Социально-политические мифы как основа манипулирования.</p> <p>Особенности российской электоральной культуры и манипулирование общественным сознанием в российских избирательных кампаниях.</p> <p>Технологии применения манипулятивных технологий в практике избирательных кампаний в России.</p> <p>Методы дискредитации противника и борьба с ними в практике российских избирательных кампаний. Технологии «черные», «серые», «белые».</p> <p>Новые информационные технологии и их роль в избирательных кампаниях.</p>
Тема 4	Правовые основы избирательных технологий	<p>Законодательство о выборах.</p> <p>Зарубежная практика законодательного регулирования избирательного процесса.</p> <p>Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации.</p> <p>Избирательные технологии в России в контексте электорального законодательства.</p> <p>Законодательство как манипулятивная технология.</p> <p>Государство и его роль в правовом обеспечении выборов.</p> <p>Финансовая отчётность в избирательных кампаниях.</p> <p>Ответственность за нарушения избирательного законодательства.</p> <p>Ресурсы избирательной кампании. Административный ресурс.</p>
Тема 5	Технологии и организации и управления избирательной кампанией	<p>Организация и управление избирательным процессом.</p> <p>Избирательный штаб (команды) как аналитический и исполнительный орган избирательной кампании.</p> <p>Функциональный и структурный подходы к формированию избирательного штаба. Штаб избирательной кампании: основные функции, структура, критерии эффективности его работы</p> <p>Основные стадии и этапы подготовки и проведения избирательной кампании.</p> <p>Основные направления стратегического планирования: сбор информации, оценка информации, разработка стратегии, планирование как важнейшие направления работы штаба.</p> <p>Группа стратегического планирования. Основные виды планов в избирательной кампании.</p> <p>Разработка календарного плана мероприятий избирательной кампании и управление его реализацией</p>

№ п/п	Наименование	Содержание тем (разделов)
Тема 6	Исследование политического рынка как система избирательных технологий	<p>Электоральный маркетинг: понятие и основные методы и цели анализа.</p> <p>Информационное обеспечение работы с избирателями. Сбор статистической информации. Текущие наблюдения. Социологические исследования. Организация фокус-групп.</p> <p>Аналитическая работа. Построение карты округа. Сегментация электората. Необходимость определения адресной группы. Технология выявления целевой (адресной) группы избирателей. Демографический анализ политического рынка.</p> <p>Политический анализ. Экономический анализ.</p> <p>Культурные и религиозные аспекты. Технология определения главных проблем избирателя. Закон рассеивания концепции.</p> <p>Построение шкалы интенсивности электоральных убеждений. Расстановка акцентов в избирательной кампании. Основные формы работы с избирателем.</p> <p>Особенности социологических исследований в российских и западных избирательных кампаниях.</p>
Тема 7	Технологии и разработки стратегии и тактики избирательной кампании	<p>Понятие стратегии избирательной кампании, ее основные признаки. Основные составляющие стратегии избирательной кампании.</p> <p>Понятие тактики избирательной кампании и ее основные элементы. Характеристика основных составляющих формирования имиджа кандидата. Виды имиджа и основные подходы к его построению. Особенности формирования имиджа кандидата через СМИ.</p> <p>Формы выдвижения кандидатов в органы власти. Принятие решения о выдвижении кандидата. Технология самооценки, оценки противников, оценки округа.</p> <p>Многообразие целей в избирательных кампаниях как определяющее начало разработки стратегии и тактики избирательной кампании.</p> <p>Технологии определения адресной группы на этапе стратегического планирования. Выявление главных проблем избирательной кампании как стратегическая задача. Технологии определение главного противника.</p> <p>Анализ ресурсов избирательной кампании и их оценка на этапе стратегического планирования.</p> <p>Определение главных направлений реализации стратегического плана.</p>

№ п/п	Наименование	Содержание тем (разделов)
Тема 8	Технологии продвижения товара на политическом рынке.	<p>Планирование и управление коммуникативной деятельностью в избирательном процессе. Информационно-аналитическое обеспечение коммуникативного процесса. Разработка идеологии рекламной кампании.</p> <p>Политическая агитация и ее цели в избирательной кампании. Проблема определения основного содержания политической агитации и рекламы. Реклама и антиреклама. Контрреклама. Скрытая, непрямая реклама.</p> <p>Разработка и реализация общей концепции и отдельных элементов фирменного стиля клиента</p> <p>Формирование позитивного образа клиента в коммуникативной среде. Психодиагностика, коррекция имиджа кандидата.</p> <p>Печатные СМИ: особенности работы с центральной и региональной прессой. Телевидение. Радиовещание. Электронные сети. Наружная реклама. Адресная реклама. Определение эффективности и тестирование рекламной продукции.</p> <p>Ресурсы Интернета и специфика их использования в российских и западных избирательных кампаниях.</p>
Тема 9	Избирательные технологии в выборной кампании Депутатов Государственной Думы 2016 года, региональных выборов кампаниях	<p>Федеральные избирательные кампании и особенности российских избирательных технологий.</p> <p>Роль электронных СМИ в избирательных кампаниях федерального уровня России.</p> <p>Российская практика избирательных технологий в различных федеральных избирательных кампаниях (президентских, парламентских).</p> <p>Особенности использования избирательных технологий политическими партиями России в федеральных избирательных кампаниях.</p> <p>Практика избирательных технологий на региональном и местном уровне выборов.</p> <p>Региональные и местные избирательные кампании России и избирательные технологии.</p> <p>Роль СМИ в избирательных кампаниях регионального и местного уровня.</p> <p>Административный ресурс в российских избирательных кампаниях.</p> <p>Проблема легитимности процесса и результатов выборов. График С. Шпилькина о результатах выборов в ГД России.</p>

№ п/п	Наименование	Содержание тем (разделов)
Тема 10	Механизмы манипулирования в избирательном процессе и технологии им противодействия	Выездное занятие В ГД РФ или Центральной избирательной комиссии (встреча с руководством и сотрудниками организации) Манипулирование электоратом; политические интересы акторов; противодействие манипулированию, политические технологии

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

ПК-7 - способностью к участию в проведении политических и избирательных кампаний, к использованию знаний о других видах политической мобильностью

ПК-9 – способностью к планированию, организации и реализации политических проектов и (или) участия в них

ПК ОС-15 – способностью формировать имидж кандидата перед потенциальными избирателями, с целью вывода кандидата на широкие слои электората и увеличение числа сторонников для победы на выборах

-сформированы знания:

- об истории и основных моделях современных избирательных практик, технологии политических процессов;

-сформированы умения:

- использовать методы современной политической науки и политического анализа; понимать, излагать и критически анализировать базовую общеполитологическую информацию;

-студенты также должны овладеть навыками:

- использовать теоретические политологические знания на практике в ходе организации и проведения выборов.

Основная литература:

1. Избирательное право Российской Федерации : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Захаров [и др.] ; под ред. И. В. Захарова, А. Н. Кокотова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 322 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03314-4.

2. Исаев, Б. А. Политология : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Б. А. Исаев. — 7-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 176 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-9997-6.

3. Лавриненко, В. Н. Политология : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко ; под ред. В. Н. Лавриненко. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 400 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6667-1. Политология : учебник для

академического бакалавриата / В. С. Комаровский [и др.] ; под ред. В. С. Комаровского. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 344 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7876-6.

