

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

Институт общественных наук
Школа публичной политики и управления
Кафедра политологии и политического управления

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры политологии и
политического управления

Протокол от «05» июля 2017 г. № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.8

«Политический менеджмент»

Бакалавриат

(уровень образования)

направление подготовки

41.03.04 «Политология»

(код, наименование направления подготовки)

профиль Политическое управление

(направленность(и) (профиль))

очная

(форма обучения)

Год набора – 2018 г.

Москва 2017 г.

Автор–составитель

кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры политологии и
политического управления
Фалина Алла Семеновна



Эксперты:	<p>Буренко В. И., доктор политических наук, профессор, профессор кафедры философии, культурологии и политологии Московского гуманитарного университета</p> <p>Бронников И.А., кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры российской политики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова</p>
------------------	--

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА

для использования в учебном процессе
кафедрой политологии и политического управления

Протокол от «05» июля 2017 г. № 9

Заведующий кафедрой

Политологии и политического управления
Доктор политических наук, профессор
Шабров Олег Федорович



СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель и задачи дисциплины (модуля).....	4
2.	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).....	4
3.	Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	6
4.	Объем дисциплины (модуля).....	6
5.	Содержание и структура дисциплины (модуля).....	7
6.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	17
7.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	30
8.	Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	30
9.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	39
	9.1. Основная литература.....	39
	9.2. Дополнительная литература.....	40
	9.3. Нормативные правовые документы.....	40
	9.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.....	40
10.	Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля).....	41

1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Основной целью освоения дисциплины **Б1.В.ОД.8«Политический менеджмент»** является усвоение студентами базовых знаний в области политического менеджмента, российского опыта формирования и функционирования демократических государственных и политических институтов, подготовка к освоению последующих учебных дисциплин.

Задачи курса:

- сформировать понятийно-категориальный аппарат, основы методологии политического менеджмента;
- раскрыть связи политико-управленческой теории с практикой политического управления;
- провести анализ современных политических кампаний в России.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Таблица 1.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-9	способность к планированию, организации и реализации политических проектов и/или участию в них	<p>Знать: З1 – понятийно-категориальный аппарат, используемый в управлении политическими кампаниями;</p> <p>Уметь: У1 - использовать полученные знания для разработки и планирования политических кампаний;</p> <p>Владеть: В1 - практическими навыками организации и реализации политических проектов и/или участию в них;.</p>

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина **Б1.В.ОД.8 «Политический менеджмент»** является обязательной дисциплиной вариативной части базового цикла 3 и 4-го курса 6 и 7 семестра в соответствии с учебным планом.

Дисциплина является логическим продолжением содержания дисциплин: **Б1.В.ОД.6«Современная российская политика»**, **Б1.В.ОД.7«Политический анализ и прогнозирование»** и др.

4. Объем дисциплины (модуля)

Таблица 2.

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины (модуля), час.													
	Всего	Семестр (триместр), курс ³												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Очная форма обучения														
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	72						48	24						
лекционного типа (Л)	36						24	12						
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)														

практического (семинарского) типа (ПЗ)		36						24	12					
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)														
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		72						24	48					
Промежуточная аттестация	форма	Экз.												
	час.	36												
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		144/2						72	72					

Примечание: 5 и 7 – семестр (триместр) – для очной и очно-заочной формы обучения, курс – для заочной формы обучения.

5. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 3.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 1	Предмет и объект политического менеджмента	Понятие политического менеджмента. Место политического менеджмента в системе политического управления. Предмет политического менеджмента. Цели и задачи политического менеджмента. Объект политического менеджмента. Виды политического менеджмента.	ПК-9	31
Тема 2	Коммуникации в политическом менеджменте	Понятие коммуникации в политическом менеджменте, ее виды. Модель рациональной коммуникации. Особенности спонтанной коммуникации. Понятие убеждающей коммуникации, ее основные виды. Техники убеждающей коммуникации. Техники внимания. Техники доверия. Техники интерпретации. Техники подкрепления.	ПК-9	31, У1, В1

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенци й	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 3	Способы продвижения политической информации	Виды коммуникационных каналов. Политическая реклама, ее особенности. Типологии политической рекламы. Виды политической рекламы. Требования к политической рекламе. Массовая информация. Средства массовой информации: понятие и виды. Государственные и независимые СМИ. Политическая реклама в СМИ. Понятие информационного повода. Проблемы создания информационного повода. Работа с журналистами. Интернет как канал распространения политической информации. Особенности Интернета для трансляции политической информации. Специфические возможности для воздействия на общественное мнение. Лидеры мнений. Эксперты, люди престижа, лидеры группового мнения. Слухи и «массовый разговор» как способы продвижения политической информации.	ПК-9	З1, У1, В1
Тема 4	Принятие решений в политическом менеджменте	Понятие решения. Классификация решений. Требования к качеству решений. Оптимизация решений. Модели процесса принятия решений в государственных и политических организациях. Основные этапы разработки политико-управленческих решений. Подготовка к разработке политико-управленческого решения. Разработка политико-управленческого решения. Принятие решений, реализация, анализ результата.	ПК-9	З1, У1, В1

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенции	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 5	Имидж и имиджмейкинг в политическом менеджменте	Имидж как инструмент политического менеджмента. Определения, функции, типологии имиджа. Имидж и личность. Имидж и политическая реальность. Способы формирования имиджа. Современный и несовременный имидж. Стратегии актуализации имиджа. Технологии коррекции и смены имиджа. Слагаемые имиджа. Стиль поведения. Модели поведения. Способы самопрезентации. Тактика общения. Внешний облик. Технологии создания позитивного и негативного телевизионного имиджа. Влияние имиджа на эффективность политического менеджмента.	ПК-9	З1, У1, В1
Тема 6	PR в системе политического менеджмента	Определения и цели PR. Использование PR в политическом менеджменте. Организация PR-служб в органах государственной власти и политических организациях. Координация деятельности. Планирование PR-деятельности с учетом общей стратегии. Организационное построение: отделы по связям с прессой, телевидением и радио, служба рекламы, отдел брифингов. Персонал. Условия финансирования. Оборудование специальных помещений для встреч с представителями общественности. Ассоциации консультантов в области PR. Сферы деятельности PR-мена. Арсенал средств PR-мена. Перспективы развития PR в органах государственной власти, политических партиях и общественных объединениях.	ПК-9	З1, У1, В1

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенции	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 7	GR и лоббирование в политическом менеджменте	Понятие GR. Цели, задачи, ресурсы, технологии GR. GR как функция политического менеджмента. Теоретические основания для развития функции «связей с государством». Деятельность GR-структур в организациях, их функции. Лоббирование как инструмент влияния групп интересов на процессы формирования государственной политики. Модели лоббирования. Способы, методы, каналы, механизмы лоббирования. GR в структуре лоббистской деятельности.	ПК-9	31, У1, В1
Тема 8	Политическая кампания	Политическая кампания как особый вид управленческих отношений. Субъект и объект управления. Виды и характеристики субъекта управления в политической кампании. Субъект управления как команда. Особенности субъектно-объектного взаимодействия. Внешняя среда и ее влияние на политическую кампанию. Модель политического взаимодействия.	ПК-9	31, У1, В1
Тема 9	Разработка стратегии политической кампании	Цели политической кампании. Критерии ее правильного формулирования. Выбор целевых групп политической кампании. Основные подходы к выделению групп. Критерии выделения целевых электоральных аудиторий. Разработка имиджевой концепции. Разработка политических брендов и политическое брендрование. Критерии успешного политического бренда. Послание и слоган политической кампании. Создание модели поведения.	ПК-9	31, У1, В1

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенции	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 10	Реализация стратегии политической кампании	Штаб управления политической кампанией, его структурно-функциональная схема. Разработка плана-графика кампании. Оперативная диагностика как способ обеспечения обратной связи. Мониторинг средств массовой информации и анализ агитационно-пропагандистских материалов оппонентов. Псевдодиагностика. Управляющие опросы. Содержательное и медийное направления политической кампании. Управление политическим имиджем. Формы работы со СМИ и основные виды агитационно-пропагандистских материалов. Основные направления контрпропагандистской работы с имиджем политических оппонентов. Содержание и основные формы полевой работы. Противодействие негативизации имиджа со стороны	ПК-9	31, У1, В1
Тема 11	Политический менеджмент как профессия	Условия превращения политического менеджмента в профессию. Политические менеджеры. Структурный состав политических менеджеров. Основные черты личности политического менеджера. Профессиональная подготовка и переподготовка политических менеджеров. Общекультурные, деловые и личностные качества политических управленцев. Нравственные качества политического менеджера. Опыт управленческой деятельности. Стили управленческой деятельности. Испытание властью. Бюрократизм как средство приватизации власти.	ПК-9	31, У1, В1

Таблица 4.

Структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Предмет и объект политического менеджмента	14	4		4		6	О
Тема 2	Коммуникации в политическом менеджменте	14	4		4		6	О
Тема 3	Способы продвижения политической информации	10	2		2		6	О
Тема 4	Принятие решений в политическом менеджменте	18	6		6		6	О
Тема 5	Имидж и имиджмейкинг в политическом менеджменте	10	2		2		6	Д
Тема 6	PR в системе политического менеджмента	10	2		2		6	Д
Тема 7	GR и лоббирование в политическом менеджменте	14	4		4		6	Д
Тема 8	Политическая кампания	10	2		2		6	Д
Тема 9	Разработка стратегии политической кампании	16	4		4		8	Д
Тема 10	Реализация стратегии политической кампании	18	4		4		10	Д
Тема 11	Политический менеджмент как профессия	10	2		2		6	О
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		144/3	36		36		72	

Примечание: 4 – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), colloquium (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Теория политического менеджмента

Тема: Предмет и объект политического менеджмента (Семинар – доклады студентов)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие политического менеджмента.
2. Виды политического менеджмента
3. Объект политического менеджмента.
4. Предмет политического менеджмента.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Цели и задачи политического менеджмента.
2. Политический менеджмент в российской политологии.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Что, по Вашему мнению, оказывает влияние на политический менеджмент в современном мире?
2. Разработайте критерии эффективности политического менеджмента.

3. Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Политический менеджмент и государственное управление: общее и особенное..
2. Политические технологии: понятие, виды, практика использования.

Литература для углубленного изучения темы:

Бевир М. Управление: очень краткое введение. М.[^] Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 160 с.

Головин Ю.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. – Ярославль, 2004.

Головин Ю. А. Новые политические технологии в современной России [Текст] / Ю. А. Головин П. В. Григорьев, М. А. Щенников – М.: ООО «НИПКЦ Восход А», 2009

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Ляско А.К. Стратегический менеджмент: современный учебник. М.: Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 488 с.

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

Соловьёв А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. Учебник М., 2008.

**Тема: Коммуникации в политическом менеджменте
(Семинар – доклады студентов)**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие политической коммуникации.
2. Виды политической коммуникации.
3. Основные задачи управления коммуникационными процессами.
4. Технологии убеждающей коммуникации.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Модель рациональной коммуникации.
2. Особенности спонтанной коммуникации.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Разработайте критерии определения эффективной политической коммуникации.
2. Сформулируйте требования к политической коммуникации.

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Коммуникации в политическом менеджменте.
2. Основные задачи управления коммуникационными процессами

Литература для углубленного изучения темы:

Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.

Володенков С.В. Использование онлайн-ресурсов в политической практике // Государственная служба. 2011. №3.

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все / Г.И. Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Ляско А.К. Стратегический менеджмент: современный учебник. М.: Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 488 с.

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

**Тема: Способы продвижения политической информации
(Семинар – доклады студентов)**

Вопросы для обсуждения:

1. Виды коммуникационных каналов.
2. Основные виды политической рекламы.
3. Понятие и виды средств массовой информации.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Особенности политической рекламы.
2. Понятие информационного повода.

Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовьте пресс-релиз конкретного мероприятия (по предложению преподавателя).

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Средства массовой информации: понятие и виды.
2. Государственные и независимые СМИ.
3. Формы работы со СМИ в политическом менеджменте.

Литература для углубленного изучения темы:

Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.

Володенков С.В. Использование онлайн-ресурсов в политической практике // Государственная служба. 2011. №3.

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Ляско А.К. Стратегический менеджмент: современный учебник. М.: Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 488 с.

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

Тема: Принятие решений в политическом менеджменте

(Семинар – доклады студентов)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и виды политико-управленческих решений.
2. Модели процесса принятия решений.
3. Этапы разработки политико-управленческих решений.
4. Влияние на принятие политико-управленческих решений организационной культуры.
5. Психологические аспекты принятия управленческих решений.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Типология управленческих решений.
2. Требования к качеству политико-управленческих решений.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Разработайте политико-управленческое решение в конкретной ситуации (по предложению преподавателя).

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Принятие политико-управленческого решения в условиях неопределенности и риска.
2. Принятие политико-управленческих решений в иерархических и паритетных группах.

Литература для углубленного изучения темы:

1. Бевир М. Управление: очень краткое введение. М.^ Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 160 с.

Головин Ю.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. – Ярославль, 2004.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Ляско А.К. Стратегический менеджмент: современный учебник. М.: Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 488 с.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

Соловьев А.И. Принятие государственных решений. М.: «Кнорус», 2006.

Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. Учебник М., 2008.

Тема: Имидж и имиджмейкинг в политическом менеджменте

(Семинар – дискуссия)

Вопросы для обсуждения:

1. Имидж и политическая реальность.
2. Современный и несовременный имидж.
3. Способы формирования имиджа.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Технологии коррекции и смены имиджа.
2. Технологии создания позитивного и негативного телевизионного имиджа.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Разработайте стратегию актуализации имиджа известного политика (на выбор студента).
2. Сформулируйте слагаемые имиджа известного политика (на выбор студента).

Темы для рефератов и эссе:

1. Имидж как инструмент политического менеджмента.
2. Влияние имиджа на эффективность политического менеджмента.

Литература:

Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.

Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2011.

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

Тема: PR в системе политического менеджмента

(Семинар – дискуссия)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие PR.
2. Цели использования PR в политическом менеджменте.
3. Организация использования PR в политической кампании, проводимой организацией.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Организация PR-служб в органах государственной власти и политических организациях.
2. Сферы деятельности PR-мена.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Спланируйте PR-деятельность политической партии (на выбор) с учетом ее общей стратегии.

Тематика для рефератов и эссе:

1. Ассоциации консультантов в области PR.
2. Перспективы развития PR в органах государственной власти, политических партиях и общественных объединениях.

Литература для углубленного изучения темы:

Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.

Володенков С.В. Использование онлайн-ресурсов в политической практике // Государственная служба. 2011. №3.

Головин Ю.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. – Ярославль, 2004.

Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2011.

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все / Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М., 2005.

Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

**Тема: GR и лоббирование в политическом менеджменте
(Семинар – доклады студентов)**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие GR.
2. Понятие лоббизма.

3. Цели и технологии GR в политическом менеджменте.
4. Способы, методы, каналы и механизмы лоббирования.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Особенности мировой практики лоббизма.
2. Теоретические основания для развития функции «связей с государством».

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Лоббизм в политическом менеджменте: за и против. Приведите авторскую аргументацию.
2. Модели лоббирования.

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. GR в структуре лоббистской деятельности.
2. Влияние GR и лоббирования на эффективность политического менеджмента.

Литература для углубленного изучения темы:

Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.

Головин Ю.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. – Ярославль, 2004.

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

GR и лоббизм. Теория и технологии. Учебник и практикум. / Под ред. В. Ачкасов, И. Минтусов, О. Филатова. – М.: Юрайт, 2015.

Раздел 2. Политическая кампания: организация и проведение

**Тема: Политическая кампания
(Семинар – доклады студентов)**

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие политической кампании.
2. Виды политических кампаний.
3. Диагностика политической ситуации.
4. Мотивация политического действия.
5. Социологический мониторинг в политической кампании.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Внешняя среда и ее влияние на политическую кампанию.
2. Понятие команды и ее роль в политической кампании.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Охарактеризуйте известную вам политическую кампанию (по выбору студента).

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Политическая кампания как особый вид управленческих отношений.
2. Содержательное и медийное направления в политической кампании.

Литература для углубленного изучения темы:

- Горчакова В.Г.* Имиджология. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2011.
- Даррен Дж. Лиллекер.* Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.
- Забурдаева Е.В.* Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
- Колесникова Г.И.* Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.
- Лютый В.П.* Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
- Ляско А.К.* Стратегический менеджмент: современный учебник. М.: Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 488 с.
- Малкин Е.Б., Сучков Е.Б.* Политические технологии. – М., 2006.
- Мухаев, Р. Т.* Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.
- Плассер Ф., Плассер Г.* Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М., 2005.
- Пушкарева, Г. В.* Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.
- GR и лоббизм. Теория и технологии. Учебник и практикум. / Под ред. В. Ачкасов, И. Минтусов, О. Филатова. – М.: Юрайт, 2015.

**Тема: Разработка стратегии политической кампании
(Семинар – дискуссия (метод анализа конкретной ситуации))**

Вопросы для обсуждения:

1. Проект избирательной кампании: понятие, структура.
2. Понятие стратегии избирательной кампании.

3. Виды стратегий избирательных кампаний.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Критерии выделения целевых электоральных аудиторий.
2. Разработка имиджевой концепции политической кампании.

Задание для письменной самостоятельной работы:

1. Разработайте структурно-функциональную схему штаба управления политической кампанией.

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Политические и управленческие цели политической кампании.
2. Послание и слоган политической кампании.

Литература для углубленного изучения темы:

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. — М.: Гуманитарный центр, 2010.

Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. — Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. — М., 2006.

Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. — М., 2005.

Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

Тема: Реализация стратегии политической кампании (Семинар – дискуссия (метод мозгового штурма))

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование штаба управления политической кампанией.
2. Процесс разработки плана-графика политической кампании.
3. Обеспечение содержательного и медийного направлений политической кампании.
4. Основные направления контрпропагандистской работы.
5. Основные формы полевой работы.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Мониторинг средств массовой информации и анализ агитационно-пропагандистских материалов оппонентов.
2. Противодействие негативизации имиджа со стороны политических оппонентов в политической кампании.

Задание для самостоятельной работы:

1. Составьте тактический план реализации конкретной политической кампании (по предложению преподавателя).

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Оперативная диагностика как способ обеспечения обратной связи в политической кампании.
2. Основные направления контрпропагандистской работы с имиджем политических оппонентов в политической кампании.

Литература для углубленного изучения темы:

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М., 2005.

Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

**Тема: Политический менеджмент как профессия
(Семинар – доклады студентов)**

Вопросы для обсуждения:

1. Условия превращения политического менеджмента в профессию.
2. Основные черты личности политического менеджера.
3. Общекультурные, деловые качества политического менеджера.
4. Нравственные качества политического менеджера.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Профессиональная подготовка и переподготовка политических менеджеров.
2. Основные виды онлайн-ресурсов, используемых в политическом менеджменте.

Задание для самостоятельной работы:

1. Разработайте критерии эффективного политического менеджера.

Тематика рефератов и эссе по теме:

1. Специализированные кампании в сфере политического менеджмента.
2. Информационно-коммуникационная революция и ее влияние на политический менеджмент.

Литература для углубленного изучения темы:

1. Бевир М. Управление: очень краткое введение. М.^ Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 160 с.
2. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.
3. Володенков С.В. Использование онлайн-ресурсов в политической практике // Государственная служба. 2011. №3.
4. Головин Ю. А. Новые политические технологии в современной России [Текст] / Ю. А. Головин, П. В. Григорьев, М. А. Щенников – М.: ООО «НИПКЦ Восход А», 2009.
5. Головин Ю.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. – Ярославль, 2004.
6. Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.
7. Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.
9. Костина А. В. Интернет-сообщества: что обсуждается в Интернете? От думеров – до фурри. От игнора – до троллинга. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011.
10. Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
11. Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.
12. Модернизация политических институтов, процессов и технологий в условиях глобализации: монография / Под ред. О. Е. Гришина, А. К. Сквикова – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та. 2012.
13. Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М., 2005.
14. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины «Политический менеджмент» рассчитано на 2 семестра. По учебному плану читаются лекции по узловым темам. Студенты должны ознакомиться с предстоящей темой лекции и быть готовыми вступить в дискуссию и задавать вопросы.

Методические указания по подготовке к занятиям лекционного типа:

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к занятиям лекционного типа заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Методические указания по подготовке к занятиям семинарского типа:

Подготовка к семинарским занятиям проводится студентами самостоятельно с проработкой указанной к занятию литературой.

Особенность занятий семинарского типа объясняется логикой их построения, которой обучающимся необходимо придерживаться. Цель занятий семинарского типа заключается в закреплении знаний, полученных обучающимися на лекции и самостоятельной работе над литературой, расширении круга знаний.

При подготовке к занятиям семинарского типа:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов.
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия).

На семинарских занятиях проводятся блиц-опросы обучающихся в целях определения уровня понимания и усвоения ключевых понятий дисциплины, а также обучающийся осуществляют решение и разбор совместно с преподавателем конкретных профессиональных ситуаций (ситуационные задачи).

В качестве домашних заданий обучающиеся готовят сообщения, доклады и презентации с последующим их обсуждением на семинарских занятиях.

Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающегося

Самостоятельная работа обучающихся (индивидуальная, групповая, коллективная) является важной частью в рамках данного курса. Самостоятельная работа обучающихся

осуществляется под руководством преподавателя и протекает в форме делового взаимодействия: обучающийся получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий. Содержание самостоятельной работы обучающихся имеет двуединый характер. С одной стороны, это совокупность учебных и практических заданий, которые должен выполнить обучающийся в процессе обучения - объект его деятельности. С другой стороны, это способ деятельности обучающегося по выполнению соответствующего учебного теоретического или практического задания. Свое внешнее выражение содержание самостоятельной работы обучающихся находит во всех организационных формах учебной внеаудиторной деятельности, в ходе самостоятельного выполнения различных заданий. Функциональное предназначение самостоятельной работы обучающихся в процессе практических занятий по овладению специальными знаниями заключается в самостоятельном прочтении, просмотре, прослушивании, наблюдении, конспектировании, осмыслении, запоминании и воспроизведении определенной информации. Цель и планирование самостоятельной работы обучающемуся определяется преподавателем.

Собственно самостоятельная работа обучающихся выполняется в удобные для обучающегося часы и представляется преподавателю для проверки. Данный формат предусматривает большую самостоятельность обучающихся, большую индивидуализацию заданий, наличие консультационных пунктов и ряд психолого-педагогических новаций, касающихся как содержательной части заданий, так и характера консультаций и контроля.

Обучающимся предлагаются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная домашняя работа;
- внеаудиторное чтение;
- самостоятельная работа (индивидуальная) с использованием Интернет-технологий;
- индивидуальная и групповая творческая работа;
- выполнение заданий по пройденным темам с использованием справочной литературы;
- написание рефератов, докладов

Результаты самостоятельной творческой работы могут быть представлены в форме презентации или доклада по теме, в форме рефератов, или иного проекта.

Методические рекомендации по подготовке рефератов:

Реферат (от лат. *refero* – «сообщаю») – краткое изложение в письменном виде или форме публичного доклада содержания книги, статьи или нескольких работ, научного труда, литературы по общей тематике.

Многие крупные научные результаты возникли просто из попыток привести в порядок известный материал.

Реферат – это самостоятельная учебно-исследовательская работа обучающегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом:

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.
2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).
3. Составление библиографии.

4. Обработка и систематизация информации.
5. Разработка плана реферата.
6. Оформление реферата в виде презентации в программе PowerPoint.
7. Публичное выступление с результатами исследования на семинарском занятии.

Содержание работы должно отражать:

1. знание современного состояния проблемы;
2. обоснование выбранной темы;
3. использование известных результатов и фактов;
4. полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой;
5. актуальность поставленной проблемы;
6. материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

Требования к оформлению и защите реферативных работ

Общие положения:

Подготовка реферата предполагает предварительный выбор обучающимся интересующей его темы работы с учетом рекомендаций преподавателя, последующее глубокое изучение избранной для реферата проблемы, изложение выводов по теме реферата. Выбор предмета и темы реферата осуществляется обучающимся в начале изучения дисциплины. Не позднее, чем за 2 дня до защиты или выступления реферат представляется на рецензию преподавателю или как альтернативная форма работы – на рецензию обучающегося-одногогруппника. Баллы выставляется при наличии рецензии и после защиты реферата. Работа представляется в отдельном файле, подготовленный в программе PowerPoint.

Объем реферата – 8-10 слайдов, оформленных в соответствии с требованиями.

В состав работы входят: реферат-презентация, рецензия обучающегося-одногогруппника или преподавателя.

Требования к тексту.

Реферат выполняется в виде слайдов.

Текст печатается обычным шрифтом TimesNewRoman (размер шрифта – 12 кегель). Заголовки – полужирным шрифтом TimesNewRoman (размер шрифта – 14 кегель).

Формулы, схемы, графики, рисунки вписываются в текст слайда либо на отдельном слайде.

Типовая структура реферата.

1. Титульный лист.
2. План (простой или развернутый).
3. Введение.
4. Основная часть.
5. Заключение.
6. Список литературы.

Требования к защите реферата.

Защита продолжается в течение 10 минут, она должна содержать следующие позиции:

1. актуальность темы,

2. обоснование выбора темы,
3. краткая характеристика изученной литературы и краткое содержание реферата,
4. выводы по теме реферата с изложением своей точки зрения.

Автору реферата по окончании представления реферата сокурсниками могут быть заданы вопросы по теме реферата.

Методические рекомендации преподавателям по технологии реализации дисциплины

На семинарских занятиях проводятся блиц-опросы обучающихся в целях определения уровня понимания и усвоения ключевых понятий дисциплины, а также обучающийся осуществляют решение и разбор совместно с преподавателем конкретных профессиональных ситуаций (ситуационные задачи).

В качестве домашних заданий обучающиеся готовят сообщения, доклады и презентации с последующим их обсуждением на семинарских занятиях.

8. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Показатели и критерии оценивания компетенций

темы (раздел)	Показатели и критерии оценивания	Оценка (баллы)
Темы 1-15	<ul style="list-style-type: none"> - посещаемость 1 балл за одно занятие - доклад 15 баллов - выступление 10 баллов -реферат 1-15 баллов 	<ul style="list-style-type: none"> - допуск к зачету и экзамену – 60 баллов. - оценка «отлично» 90-100 баллов - оценка «хорошо» 70-80 баллов - оценка «удовлетворительно» 60-70 баллов.

Схема фонда оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, отражающая этапы формирования компетенций, проводимой в форме зачета с оценкой

№ п/ п	Раздел / тема рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство (№ тестового задания** или № экз. вопроса, или № др. вида оценочного материала)
1	Предмет и объект политического менеджмента	ПК-9	Тестовые задания № 51-56, 58 Зач. вопросы 1,3,7-9,15
2	Коммуникации в политическом менеджменте	ПК-9	Тестовые задания № Зач. вопрос 4,10,34-36
3	Способы продвижения политической информации	ПК-9	Тестовые задание № . Зач. вопрос 5 Задание № 6
4	Принятие решений в политическом менеджменте	ПК-9	Тестовые задания № 1-22 Зач. вопрос 6
5	Имидж и имиджмейкинг в политическом менеджменте	ПК-9	Тестовые задания № Зач. вопрос 11,26
6	PR в системе политического менеджмента	ПК-9	Тестовые задания № Зач. вопрос 12
7	GR и лоббирование в политическом менеджменте	ПК-9	Тестовые задания № Зач. вопрос 13,14 Задание № 2
8	Политическая кампания	ПК-9	Тестовые задания № Зач. вопрос 18-21,23,29 Задание № 1
9	Разработка стратегии политической кампании	ПК-9	Тестовые задания №23-27, 45 Зач. вопрос 17,22,24,25 Задание № 3
10	Реализация стратегии политической кампании	ПК-9	Тестовые задания №28-31, 33,34, 35-44, 46, 47,49,50 Зач. вопрос 27,28,30-33 Задание № 4
11	Политический менеджмент как профессия	ПК-9	Тестовые задания № 48,59,57,60 Зач. вопрос 2,6 Задание № 5

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

ПК-9 – способность к планированию, организации и реализации политических проектов и/или участию в них			
ПК-9	Репродуктивный	Знать: Основные представления о политическом менеджменте в современной России. Уметь: В целом успешное, но не систематическое умение использовать технологии политического менеджмента. Владеть: В целом успешное, но не систематическое применение навыков работы с первоисточниками, учебной и методической литературой.	удовлетворительно
	Поисковый	Знать: Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о политическом менеджменте в современной России; Уметь: В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использование технологий политического менеджмента. Владеть: В целом успешная, но содержащая отдельные пробелы работа с первоисточниками, учебной и методической литературой.	хорошо
	Творческий	Знать: Сформированные и систематические знания о политическом менеджменте в современной России. Уметь: Успешное и систематическое умение применять технологии политического менеджмента в профессиональной деятельности. Владеть: Успешное и систематическое применение навыков владения технологиями политического менеджмента на основе работы с первоисточниками, учебной и методической литературой;	отлично

Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по данной дисциплине.

I. Задания (тесты) на проверку сформированности первого компонента компетенций – «знать»

Управленческое решение - это

- а) творческий акт субъекта управления, определяющий программу и характер деятельности коллектива по решению назревшей проблемы
- б) выбор определенной программы, намечающий цель, ценности, практические шаги, предусматривающие мобилизацию ресурсов общества
- в) совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, которые обеспечивают реализацию управленческих задач
- г) творческое, волевое действие субъекта управления, которое основывается на знании объективных законов в сфере функционирования управляемой системы и анализа информации об её функционировании
- д) решение для социальной системы
- е) утверждение стратегии избирательной кампании
- ж) выбор пути действия для решения возникшей проблемы на пути достижения цели
- з) все варианты верны

2. Управленческое решение отличается от частного выбора тем, что

- а) субъект руководствуется своими потребностями и интересами
- б) субъект руководствуется потребностями и интересами организации

- в) уполномоченное лицо принимает решение, а исполняет его группа лиц, на которое это решение направлено
- г) решение может принять любое лицо, вне зависимости от профессиональных качеств и должностных обязанностей

3. Любое управленческое решение не должно

- а) быть научно обосновано
- б) быть своевременно принято
- в) не соответствовать законодательным актам
- г) соответствовать ситуации

4. Стадия подготовки управленческого решения включает в себя

- а) разработка и оценка альтернативных решений, мер и действий, критериев выбора оптимального решения
- б) анализ ситуации, поиск, сбор и обработка информации, выявление и формулировка проблем, требующих решения
- в) согласование проекта решения

5. Этапы выработки управленческого решения включают в себя

- а) выявление проблемы, ее анализ и постановка диагноза, поиск вариантов разрешения проблемы, оценка альтернатив и выбор наилучшего решения, согласование проекта решения и его утверждение, подготовка решения к реализации, организация выполнения решения и контроль за ходом его реализации
- б) поиск вариантов разрешения проблемы, согласование проекта решения, его реализация, выполнение решения и контроль за этим процессом
- в) разработка и оценка альтернативных решений, мер и действий, критериев выбора оптимального решения

6. Проведите соотношение методов принятия управленческих решений и их характеристик:

Децентрализованный метод	логические правила и приемы, генерируемые мышлением	1
Метод «система участия»	менеджер привлекает сотрудников к выработке решения	2
Групповой метод	исследование сложных специальных вопросов на стадии выработки управленческого решения лицами, обладающими специальными знаниями и опытом, с целью получения выводов, мнений, рекомендаций и оценок	3
Эвристический метод	поощрение передачи ответственности по принятию решений на нижний управленческий уровень	4
Метод экспертных оценок	выбор оптимальных решений с помощью компьютерной обработки возможных альтернатив	5
Количественные методы	аналитические способности менеджера/уполномоченного лица	6
	менеджер опрашивает сотрудников и выясняет их мнение	7

7. Какие характеристики не относятся к наиболее ценящимся в организации по С.П. Роббинсону?

- а) направленность и согласованность действий
- б) формальная иерархия и подчиненность
- в) перечень правил и инструкций, применяемых для контроля и наблюдения за поведением сотрудников
- г) готовность сотрудников открыто выражать свое мнение и идти на конфликт
- д) все варианты неверны

8. Функции, которые выполняет организационная культура -

- а) создание барьера(-ов), ограждающего организацию от нежелательных внешних воздействий
- б) внутренняя интеграция
- в) формирование и контроль форм поведения и восприятия, целесообразных с точки зрения организации
- г) внешняя адаптация
- д) ориентирующая
- е) мотивация
- ж) формирование имиджа
- з) все варианты верны

9. Элементами организационной культуры являются:

- а) традиции и обычаи, уровень сотрудничества работников, кадровая политика, система мотивации и вознаграждений
- б) фирменный стиль, логотип, торговый знак, слоган (девиз), цветовое решение в рекламе
- в) технические приемы и методы, которые используются членами коллектива для достижения заданных целей; способность осуществления определенных действий в определенных ситуациях, которые передаются в коллективе из поколения в поколение и которые не требуют непременно письменной фиксации
- г) деловой этикет
- д) слэнг, общий язык, который используют члены организации
- е) все варианты верны

10. Психологическая теория принятия решений - это

- а) область исследований, вовлекающая понятия и методы логики, математики, статистики, экономики, менеджмента и психологии с целью изучения закономерностей выбора людьми, программами и автоматами путей решения разного рода задач, а также способов поиска наиболее выгодных из возможных решений
- б) система утверждений, которые раскрывают внутреннее содержание деятельности и поведения людей в процессе принятия решений
- в) процесс выбора альтернатив, имеющий целью достижение необходимого результата
- г) описание реального поведения и мышления людей в процессе принятия решений

11. Соотнесите вид культуры и ее характерные черты

Американская культура	главенство коллектива	1
Культура ложной защиты женщин	мужчины-менеджеры, основываясь на патерналистских позициях, мягко удерживают женщин на определенных ролях, не позволяя им подниматься выше	2
Адхократическая культура	господство регламентов, правил и процедур	3
Культура джентельменского клуба	дискриминация в форме покровительства, когда женщин насильно привлекают к активной работе, воспитывают в них чувство уверенности, постоянно	4

	напоминают им, что они — жертвы, нуждающиеся в помощи и поддержке	
Экстравертная культура	миссия находится вне области самой организации, действия сотрудников обращены во внешний мир	5
Клановая культура	практически пожизненный найм, медленный карьерный рост на основании стажа работы, широкий профиль деятельности	6
Культура казармы	мужчины-менеджеры строят межличные отношения на базе специфических мужских интересов, представлений и демонстрируют к женщинам открытое пренебрежение	7
Псевдоорганизационная культура	господство стоимостных отношений и ориентация на прибыль	8
Культура отрицания различий между полами	идея равенства подменяется мифами о равенстве	9
Культура спортивной раздевалки	мужчины-менеджеры не допускают до руководящих постов женщин - они занимают низшие ступени	10
Интровертная культура	сотрудники целеустремленны и постоянно соперничают между собой	11
Японская культура	главенство индивидуализма	12
Рыночная культура	отвергает дискриминацию, но одновременно не видит и реальных различий между полами, игнорирует женскую сущность, семейные обязанности женщин, требуя от них тех же успехов, что и от мужчин	13
Культура смысленных мачо	во главе угла умные и энергичные люди, умеющие в условиях женской конкуренции обеспечивать высокую эффективность работы	14
Бюрократическая культура	сотрудники идут на риск и личные жертвы для достижения общего успеха	15
	основа - внутренние ценности организации, направляющие ее деятельность	16
	культура мафиозных организаций	17
	источник власти - должность членов организации	18
	преданность новаторству и экспериментированию	19
	организация поощряет творчество, свободу и личную инициативу	20
	обращенная внутрь самого себя	21
	источник власти - традиции	22
	активная предпринимательская и творческая работа	23
	руководители представляют собой суровых конкурентов и твердых, требовательных администраторов	24
	очень дружественный коллектив, где у его членов много общего, а подразделения организации схожи с большими семьями	25
	частая смена места работы, быстрое продвижение по службе на основании личных достижений, работа по узкому профилю	26

12. Отличительными чертами принятия решения в группе по Д. Янису являются:

- а) излишний оптимизм и повышенный риск
- б) стремление дать рациональное объяснение, чтобы отбросить возражения

- в) отсутствие веры в исповедуемые группой нормы поведения
- г) взгляд на соперников как на людей слабых;
- д) плюрализм мнений
- е) иллюзия единодушия

13. Проведите соотношение, какие черты определяют каждый из указанных феноменов:

Феномен «избегания лидерства»	группа выдает разрешение на девиантное поведение некоторым своим членам, пропорционально их прошлому вкладу, заслугам и статусу, занимаемому в организации	1
Феномен «ложного согласия»	безусловная вера в исповедуемые группой нормы поведения, побуждающие ее членов игнорировать моральные последствия принимаемых решений	2
Феномен «гипертрофированное доверие к лидеру»	стереотипный взгляд на соперников (другие группы) как на людей слабых, глупых или недостойных, что препятствует взаимодействию с ними или ведет к стремлению помешать им достичь своих целей	3
Феномен «виртуального решателя»	этого субъекта в группе реально нет, но, по обоснованному мнению существенной части этой группы, такой субъект должен появиться в скором времени и решить ее проблему	4
Феномен «идиосинкразического кредита»	наличие устойчивой зависимости особенностей процесса принятия решений в группе от ее количественного и качественного состава	5
Феномен Д. Яниса	иллюзия единодушия относительно мнений и оценок, соответствующих точке зрения большинства	6
Феномен «позитивного сдвига риска»	иллюзия неуязвимости, разделяемая большинством или всеми членами группы, следствием чего является излишний оптимизм и повышенный риск	7
Феномен Ф. Ирвина	завышение значимости и вероятности желаемого результата решения и занижение значимости и вероятности нежелательного	8
Феномен «эффекта состава»	лидер в ситуации выбора и под влиянием связанной с ним ответственности стремится переложить свои функции по выработке решения на стоящих ниже в иерархии членов группы, используя для этого свои властные полномочия	9
Феномен аналитического паралича Планкетта и Хейла	коллективное стремление дать рациональное объяснение принимаемому решению, чтобы отбросить любые возможные возражения	10
	отдельные члены группы не принимают конструктивного участия в групповой дискуссии, а демонстративно подчеркивают свое согласие с мнением лидера или большинства, хотя оно может противоречить их собственному мнению	11
	члены группы убеждены, что никто другой не владеет ситуацией лучше, чем лидер, которому и следует доверять в большей степени при разработке решения	12
	большая рискованность групповых решений по	13

	сравнению с индивидуальными	14
	сбор и анализ информации из средства нахождения решения превращается в самоцель, «ослепление решением», при котором аналогичный сдвиг цели на средство происходит при ранжировании альтернатив	

14. Стили руководства по В. Вруму и Ф. Йеттену делятся на

- а) авторитарный, когда руководитель самостоятельно принимает решение, а подчиненные в этом процессе не участвуют
- б) индивидуально-консультационный: руководитель консультируется с подчиненными, которых касается решение проблемы, и совместно с ними принимает решение, отражающее их мнение
- в) авторитарный, когда подчиненные участвуют в процессе принятия решений посредством сбора и предоставления руководителю информации
- г) консультационно-групповой: руководитель консультируется со всеми подчиненными и принимает решение, которое может отражать или не отражать их мнение
- д) демократический: руководитель принимает решение на основе согласованного мнения подчиненных
- е) индивидуально - консультационный: руководитель консультируется с подчиненными, которых касается решение проблемы, но самостоятельно принимает решение, которое может отражать или не отражать мнение подчиненных

15. Условия неопределенности отличаются от условий риска тем, что при условии неопределенности

- а) отсутствует необходимая информация
- б) невозможно установить вероятность наступления отдельных событий, влияющих на конечный результат
- в) возможно установить с той или иной степенью точности вероятность наступления отдельных событий, влияющих на конечный результат
- г) каждой ситуации развития событий может быть задана вероятность его осуществления
- д) неизвестны вероятности различных вариантов развития событий и результат принимаемых решений
- е) все варианты верны

16. Проведите соотношение видов неопределенности и ее характерных элементов:

стохастическая неопределенность	имеется информация только о возможных результатах и отсутствует о связи между решениями и результатами	1
априорная неопределенность	имеется информация о влиянии на результаты поведения участников	2
поведенческая неопределенность	нет информации и о возможных результатах	3
природная неопределенность	имеется информация о распределении вероятности на множестве результатов	4
	качество решений повышается при учете характеристик лица, принимающего решение, по его отношению к своим выигрышам и проигрышам, склонности к риску	5
	выбор решения обосновывается путем построением алгоритмов адаптивного управления	6

17. Суть понятия «ожидаемая ценность» сводится к тому, что

- а) рациональное действие при выборе решения базируется на том, что принимающее решение лицо идентифицирует возможные результаты каждого множества действий, определяет различную вероятность их развития путем идентификации всех возможных результатов, перемножая и складывая соответствующие ценности и вероятности
- б) рациональное действие при выборе решения базируется на том, что принимающее решение лицо идентифицирует возможные результаты каждого множества действий, определяет различную вероятность их развития путем использования простых правил, принимая первое же решение, которое кажется приемлемым
- в) рациональное действие при выборе решения базируется на том, что принимающее решение лицо не обладает знанием всех возможных выигрышей и степени их вероятности, а значит, принимает решение интуитивно^[1]
- г) все варианты верны

18. Суть Санкт-Петербургского парадокса заключается в том, что

- а) люди соглашаются играть за маленькое вознаграждение, и чем оно больше, тем меньшее желание возникает играть
- б) игроки готовы заплатить всего лишь небольшую сумму денег за участие в игре, где математическое ожидание выигрыша бесконечно велико
- в) игроки готовы заплатить любую сумму денег за участие в игре, где математическое ожидание выигрыша бесконечно велико

19. Признаками организованной анархии являются

- а) проблематичность предпочтений
- б) текучесть персонала
- в) отсутствие нормальной вертикальной иерархии и рациональной бюрократии принятия управленческих решений
- г) все варианты верны

20. К базовым постулатам инкрементальной модели принятия решений в условиях риска относятся следующие утверждения:

- а) основное решение состоит из серии «мелких» выборов, т.к. организация проходит через несколько ключевых точек процесса принятия решений, где возможно столкновение с «барьерами» (прерывание процесса)
- б) внимание в решении проблемы сосредоточено на структурной последовательности действий, предпринимаемых на протяжении всего процесса принятия решения
- в) каждой ситуации развития событий может быть задана вероятность его осуществления

21. При принятии управленческих решений в риск-менеджменте используются следующие приемы:

- а) избегание, удержание, передача и снижение степени риска
- б) диверсификация, получение дополнительной информации о ситуации принятия решения
- в) осознание факта рискованности проблемной ситуации и оценка возможности принятия ситуации к рассмотрению

22. Проведите соотношение между характерными чертами и критериями “максимакса”, “максимина” и производными от них

критерий «максимакса»	принимающие рискованные решения в условиях неопределенности лица не склонны к риску	1
критерий «максимина»/критерий Вальда	из всех возможных вариантов «матрицы решений» выбирается та альтернатива, которая из всех самых благоприятных ситуаций развития событий имеет наибольшее из максимальных	2

	значений	
критерий «оптимизма-пессимизма»/ «альфа-критерий» Гурвица	из всех возможных вариантов «матрицы решений» выбирается та альтернатива, которая из всех самых неблагоприятных ситуаций развития события имеет наибольшее из минимальных значений	3
критерий Сэвиджа/ критерий потерь от «минимакса»	принимающие рискованные решения в условиях неопределенности лица склонны к риску или рассматривают возможные ситуации как оптимисты	4
	при выборе рискованного решения в условиях неопределенности довольствуются некоторым средним результатом эффективности, находящимся в поле между значениями по критериям «максимакса» и «максимина»	5
	принимающие рискованные решения в условиях неопределенности лица не склонны к риску или рассматривают возможные ситуации как пессимисты	6
	принимающие рискованные решения в условиях неопределенности лица хотят максимально точно идентифицировать степень своих конкретных рискованных предпочтений путем задания значения альфа-коэффициента	7

23. Планирование - это:

- определение системы целей функционирования и развития организации, а также путей и средств их достижения
- процесс разработки плана, определяющего: кто, что, с использованием каких ресурсов и когда должен ¹SE_P выполнить
- вид деятельности, связанный с постановкой целей, задач и действий в будущем ¹SE_P
- процесс постановки целей и задач, составления программы действий и выявления необходимых ресурсов и их источников

24. Партисипативное планирование - это

- вид планирования, в основе которого лежит принцип, что каждый член организации становится участником плановой деятельности независимо от занимаемой должности, т.е. процесс планирования привлекает всех тех, кого он затрагивает
- вид планирования, в основе которого лежит принцип, что организация это целостная система, составные части которой развиваются в едином направлении, т.е. планы каждого подразделения связаны с планами всей организации
- вид планирования, в основе которого лежит принцип, что руководство создает планы, которые надлежит выполнять их подчиненным
- вид планирования, в основе которого лежит принцип, что руководство организации разрабатывает и формулирует цели для своих подчиненных и стимулирует разработку планов в подразделениях

25. Стратегическое планирование - это

- определение целей и процедур организации в долгосрочной перспективе
- система управления организацией на текущий период времени

- в) система и планы по развитию организации на 5 и более лет
- г) все варианты верны

26. Установите последовательность этапов планирования:

- а) разработка программы действий и составление графика работ
- б) разработка миссии организации
- в) определение стратегических альтернатив
- г) определение стратегических ориентиров или направления деятельности
- д) оценка и анализ внешней и внутренней среды организации
- е) выбор конкретной стратегии или пути достижения цели

Ответ: б, г, д, в, е, а

27. Проведите соотношение между видами и понятиями/характеристиками анализа:

PEST-анализ	маркетинговый инструмент, предназначенный для определения политических, экономических, социально-культурных и технологических аспектов внешней среды, оценки факторов на местном, национальном и глобальном уровне, которые влияют на деятельность компании	1
PESTEL-анализ	метод стратегического планирования, заключающийся в построении матрицы положительного и отрицательного влияния на организацию внешней и внутренней среды	2
LONGPEST-анализ	маркетинговый инструмент, предназначенный для определения политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые влияют на деятельность компании	3
SWOT-анализ	изучение влияния на деятельность компании изменений в национальном законодательстве и прогнозируемого курса инфляции, новых технологий и отношения социума к бизнесу	4
SWN-анализ	маркетинговый инструмент, предназначенный для определения политических, экономических, социальных и технологических, а также природных и правовых аспектов внешней среды, которые влияют на деятельность компании	5
	метод стратегического планирования, заключающийся в построении матрицы качественной оценки внутренней среды организации	6
	анализируется общественное отношение к бизнесу	7
	метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы	8
	анализируются общая и бизнес-стратегия организации	9
	гибкость и свобода выбора анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей	10
	стратегический анализ внутренней среды организации, который включает выявление ее сильных, нейтральных и слабых сторон	11
	технологические изменения в отрасли, оценка скорости изменения и адаптации новых технологий	12
	исследуются корпоративная культура и стратегические	13

	альянсы	
	применим в самых разнообразных сферах экономики и управления	14

28. Анализ пяти сил Портера - это

- а) методика анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса с учетом уровня конкуренции и привлекательности ведения бизнеса в конкретной отрасли
- б) методика анализа внутренней среды организации, позволяющая выявить ее сильные, нейтральные и слабые стороны
- в) методика анализа отраслей и выработки стратегии бизнеса, позволяющая выявить угрозы появления продуктов-заменителей и новых игроков, а также определить рыночную власть поставщиков и потребителей, проанализировать уровень конкурентной борьбы
- г) методика анализа влияния на деятельность компании изменений в национальном законодательстве и прогнозируемого курса инфляции, новых технологий и отношения социума к бизнесу

29. 5П(Р) в определении стратегии Г. Мицберга включают в себя:

- а) план действий, прикрытия, порядок действий, позиция в окружающей среде, перспектива
- б) 5 правил, используемых при оценке результатов деятельности фирмы в настоящем и будущем
- в) правила, по которым складываются отношения фирмы с ее внешней средой, по которым устанавливаются внутриорганизационные отношения и процедуры и по которым фирма ведет свою повседневную деятельность
- г) план и порядок действий, перспектива, позиционирование и проделка

30. Проведите соотношение видов стратегий и их характеристик:

Стратегия концентрированного роста	Жесткая централизация управления, «антикризисный комитет», быстрые по реакции мер на возмущения внешней среды, программы, связанные с перестройкой управления, маркетинга и финансовой деятельности	1
Стратегия диверсифицированного роста	Ограничение организацией масштабов производства, ставка на медленное, жестко контролируемое развитие, простое продолжение бизнеса	2
Стратегия сокращения	Ликвидация, «сбор урожая», сокращение расходов	3
Стратегия интегрированного роста	Центрированная и горизонтальная диверсификация	4
Стратегия стабилизации	Усиление позиций на рынке, развитие рынка и продукта	5
Стратегия выживания	Обратная и вперед идущая вертикальная интеграция	6

31. Линейная структура управления - это уровень:

- а) руководителей подразделений организации или ее географически удаленных частей
- б) первых лиц (руководителей) недиверсифицированных организаций или совершенно независимых отвечающих за разработку и реализацию стратегии сферы бизнеса
- в) руководителей функциональных сфер

32. Проведите соотношение видов контроля и его характеристик:

Предварительный контроль	обратная связь	1
Текущий контроль	измеряет достигнутую результативность	2
Заключительный контроль	реализация определенных правил, процедур и линий поведения	3
	измерение фактических результатов, полученных после проведения работы	4
	дает руководству информацию, необходимую для планирования, если аналогичные работы предполагается проводить в будущем	5
	анализ профессиональных знаний и навыков, необходимых для выполнения должностных обязанностей, отбор квалифицированных людей, составление бюджета, выработка стандартов минимально допустимых уровней качества, проведение проверок	6

33. Мотивирование отличается от стимулирования тем, что

- а) при мотивировании осуществляется побуждение к активной трудовой деятельности путем апелляции к удовлетворению важных для человека потребностей, а при стимулировании – путем апелляции к материальным ценностям (материальному вознаграждению, поощрению за трудовое участие)
- б) мотивация свойственна конкретной личности и является внутренне осознанным побуждением к действию, а стимулирование – воздействие внешнее
- в) стимулирование – это воздействие на человека, которое продолжается до тех пор, пока процесс активен, а мотивация – внутренний процесс, протекающий индивидуально и не завершающийся до того момента, пока потребность не будет удовлетворена или её не заменит иной импульс к действию
- г) мотивация – это внутренняя заинтересованность, свойственная конкретному человеку, а стимулирование – внешнее воздействие, направленное на круг субъектов
- д) все варианты верны

34. Установите правильное соотношение содержательных теорий мотивации и их характеристик:

Теория потребностей А. Маслоу	потребности, характеризующие человека как социальное существо и как личность, - социальные потребности, потребности в самоуважении и в самоактуализации	1
Теория потребностей Клейтона Альдерферта	чем менее удовлетворены потребности существования, тем сильнее они проявляются	2
Теория Д. МакКлелланда	потребности не расположены иерархически и не исключают друг друга	3
Теория потребностей	гигиенические факторы (политика организации,	4

Ф. Герцберга	условиях работы, зарплата, социальный статус) описывают окружение сотрудника и обслуживают первичные функции, предупреждая неудовлетворенность работой	
	потребность успеха удовлетворяется не провозглашением и признанием успеха, а процессом доведения работы до успешного завершения: люди с потребностью успеха предпочитают иметь дело с проблемами, при разрешении которых они могут взять ответственность на себя	5
	чем слабее удовлетворены социальные потребности, тем более усиливается их действие и тем сильнее действие потребностей существования	6
	наиболее важные человеческие потребности, без удовлетворения которых невозможно биологическое существование человека, - физиологические потребности и потребности в безопасности	7
	мотивирующие факторы (успех, продвижение по службе, высокая степень ответственности) побуждают сотрудников к лучшему исполнению	8
	потребности высших уровней: стремление к власти, успеху и причастности (признанию и принадлежности)	9
	людей заботят только три потребности - потребность существовать, потребность общаться с другими и потребность своего роста и развития	10
	потребности - осознанное отсутствие чего-либо, вызывающее побуждение к действию	11
	заработная плата не является мотивирующим фактором	12

35. Какое из утверждений противоречит теории потребностей Клейтона Альдерферта?

- а) чем менее удовлетворены потребности существования, тем сильнее они проявляются
- б) чем слабее удовлетворены социальные потребности, тем более усиливается их действие и тем сильнее действие потребностей существования
- в) чем полнее удовлетворены потребности существования, тем активнее заявляют о себе социальные потребности
- г) чем менее удовлетворены потребности личностного роста и самореализации, тем активнее они проявляют себя и тем сильнее становятся социальные потребности
- д) чем полнее удовлетворены социальные потребности, тем сильнее актуализируются потребности личностного роста
- е) чем полнее удовлетворены потребности существования, тем сильнее актуализируются потребности личностного роста

36. В чем кроется принципиальное отличие теорий А. Маслоу и Клейтона Альдерферта?

- а) согласно теории Клейтона Альдерферта движение по иерархии может осуществляться как снизу вверх, так и сверху вниз в том случае, если не удовлетворяется потребность верхнего уровня
- б) теории ничем не отличаются: потребность существовать аналогична физиологической потребности, потребность общаться с другими - потребность социального типа, а потребность роста - потребность в самореализации и уважении

в) согласно теории Клейтона Альдерферта порядок актуализации потребностей зависит не только от её места в иерархии, но от степени удовлетворения как этой потребности, так и некоторых других потребностей

г) у теорий нет отличий, Клейтон Альдерферт – последователь теории А. Маслоу, дополнивший пирамиду потребностей новыми потребностями высшего уровня

37. Что, согласно теории потребностей Ф. Герцберга, относится к мотивирующими факторам, а что к гигиеническим?

мотивирующие	Заработная плата, социальный статус	1
гигиенические	Возможность творческого и профессионального роста	2
	Высокая степень ответственности	3
	Степень непосредственного контроля за работой	4
	Признание и одобрение результатов работы	5
	Межличностные отношения с начальником, коллегами и подчиненными	6
	Успех, продвижение по службе	7
	Политика организации и руководства, условия работы	8

38. Установите правильное соотношение процессуальных теорий мотивации и их характеристик:

теория ожиданий В. Врума	до тех пор, пока люди не начнут считать, что они получают справедливое вознаграждение, они будут стремиться уменьшить интенсивность труда	1
теория постановки целей Э. Лока	результативный труд ведет к росту удовлетворенности работника	2
теория справедливости Дж. Ст. Адамса	наличие активной потребности не является единственным необходимым условием мотивации человека на достижение определенной цели – человек должен также надеяться на то, что выбранный тип поведения действительно приведет к удовлетворению или приобретению желаемого	3
теория Л. Портера – Э. Лоулера – комплексная модель мотивации	поведение человека определяется теми целями, которые он ставит перед собой, т.к. именно ради достижения поставленных перед собой целей он осуществляет определенные действия	4
	взаимосвязь «результаты - вознаграждение» - ожидания определенного вознаграждения или поощрения в ответ на достигнутый уровень результатов	5
	чем сложнее цели ставит перед собой человек, тем лучших результатов он добивается	6
	менеджер должен быть озабочен тем, чтобы труд исполнителя был результативным, это приведет работника к удовлетворению	7
	взаимосвязь «затраты труда - результаты» - ожидаемое соотношение между затраченными усилиями и полученными результатами	8

	более конкретные и определенные цели ведут к лучшим результатам, к лучшему исполнению работы, чем цели, имеющие широкий смысл, с нечетко определенным содержанием и границами	9
	люди субъективно определяют отношение полученного вознаграждения к затраченным усилиям и затем соотносят его с вознаграждением других людей, выполняющих аналогичную работу	10
	ожидание вознаграждения за результаты работы и осознание работником своей роли в процессе труда	11

39. Для теории ожиданий В. Врума ключевыми являются следующие взаимосвязи:

- а) «затраты труда - результаты», «результаты - вознаграждение», ценность вознаграждения
- б) «ценность вознаграждения – достижимость вознаграждения»
- в) усилия, которые предпринимает индивид, зависят от осознания им реальности достижения поставленной цели и желательности ее достижения
- г) степень мотивированности сотрудников организации к труду (или какой-либо другой деятельности) зависит от их представлений относительно своих способностей к выполнению стоящих перед ними задач и реальности достижения поставленной цели

40. Комплексная модель мотивации Л. Портера – Э. Лоулера базируется из следующих постулатах:

- а) достигнутые сотрудником результаты зависят от затраченных им усилий, его способностей и характерных особенностей, а также от осознания им своей роли в процессе труда
- б) уровень затрачиваемых работником усилий на достижение цели зависит от ценности вознаграждения и в степень уверенности сотрудника зависимости объема вознаграждения от приложенных усилий
- в) люди имеют собственную оценку степени справедливости вознаграждения, выдаваемого за те или иные результаты
- г) все варианты верны

41. Проект политической кампании - это:

- а) документ, в котором есть стратегия, ресурсы, тактика и план-график политической кампании
- б) основной документ, которым руководствуется субъект управления политической кампанией
- в) разработанный план действий, зафиксированная стратегия проведения политической кампании, которая представляет собой подробную программу действий, учитывающую все возможные факторы, способные повлиять на исход проводимой политической кампании
- г) процесс постановки целей и задач, составления программы действий и выявление необходимых ресурсов и их источников

42. Стратегия политической кампании - это

- а) система целей и задач, которые необходимо решить
- б) ряд разработанных мероприятий, нацеленных на успешность политической кампании, необходимость проведения которых была определена в ходе исследований, построения предположений о политических действиях соперников, выявления факторов политического влияния
- в) ряд разработанных мероприятий, нацеленных на организацию политической кампании

таким образом, чтобы ее исход означал реализацию целей и задач, достижение результатов политической кампании

- г) поиск наиболее результативных методов распределения имеющихся ресурсов политической кампании, способов борьбы с политическими соперниками
- д) система скоординированных действий, направленная на изменение поведения избирателей и соперников в соответствии с целями кандидата
- е) системное осмысление информационны, людских, материальных ресурсов, общей политической ситуации и наиболее оптимальное взаимоувязывание их в единый комплексный план, содержащий цели и устанавливающий пути и средства их достижения

43. Политическая цель - это:

- а) цель, которую преследует инициатор политической кампании, добиваясь изменения своего положения в политическом пространстве, усиления своего влияния, решения политической проблемы и т.д.
- б) определение желаемых изменений в мотивации людей, их установках и ценностных ориентациях, отношении к политическому субъекту, представлениях о нем, появлении намерений действовать в соответствии с интересами руководителей политической кампании
- в) процесс разработки системы целей, начиная от общих целей организации и заканчивая целями отдельных ее подразделений
- г) определение системы целей функционирования и развития организации, а также путей и средств их достижения

44. Структура стратегии политической кампании включает такие элементы, как

- а) политическая цель, управленческие задачи, концепция информационной кампании, целевые группы и способы информационного поведения по отношению к основным конкурентам
- б) политическая цель, управленческие цели, адресные группы, центральная тема убеждающей коммуникации, сюжетные линии, стратегия по отношению к конкурентам
- в) политическая цель, управленческие задачи, цели информационного влияния, целевые группы и способы информационного поведения по отношению к основным конкурентам
- г) все варианты верны

45. Ресурсы политической кампании - это

- а) людские ресурсы, общественные и политические организации, коммерческие организации и финансовые ресурсы
- б) все возможности политических сил, проводящих политическую кампанию, их программа действий, авторитет и т.п.
- в) экономические, социальные, информационные, силовые и демографические
- г) люди, время, информация, влияние на СМИ, отношения с элитой, материальные средства, союзники, экономическая ситуация, друзья кандидата и команда, семья и родственники, личный опыт и знания

46. Избирательный округ - это:

- а) территория, от которой избирателями выбирается депутат(-ы) представительного органа или выборное должностное лицо (выборные должностные лица)
- б) территория, от которой избирается должностное лицо либо на которой проводятся выборы в представительный орган по пропорциональной избирательной системе по спискам кандидатов
- в) территория, от которой избирается один депутат, при этом голосование может быть организовано по мажоритарной избирательной системе относительного большинства или абсолютного большинства
- г) территория, в которой избираются несколько депутатов, и за каждого из них избиратель голосует персонально, при этом голосование может быть организовано по блоковой системе,

системе ограниченного вотума, системе единственного непередаваемого голоса

47. Диагностика избирательного округа обязательно должна включать в себя:

- а) структуру избирательного округа: география, основные производственные характеристики, демография, статистика
- б) историю голосований и анализ избирательных кампаний различных политических сил с точки зрения их эффективности и влияния на окончательные итоги голосования по округам региона
- в) анализ структуры и предпочтений электората с выделением целевых групп потенциальных сторонников и противников кандидата, методов работы с различными социальными слоями
- г) социально-экономическое положение с выделением главных и корневых проблем, определяющих благосостояние и настроение избирателей
- д) анализ политических и иных сил, факторов и обстоятельств, могущих оказать воздействие на исход голосования, с описанием методов взаимодействия с ними или их использования в нужном для кандидата направлении
- е) описание регионального и местного менталитета, традиций, стереотипов поведения и мышления жителей региона с рекомендациями по учету этого менталитета при разработке языка политической коммуникации между кандидатами и избирателями
- ж) анализ конкурентов, настроений элиты, наиболее информативных точек региона
- з) все варианты верны

48. Тактика политической кампании - это:

- а) совокупность приемов, способов решения задач политической кампании
- б) совокупность способов, средств и методов деятельности, непосредственно определяемых развитием ситуации и намерениями действующих лиц
- в) процесс разработки системы целей, начиная от общих целей организации и заканчивая целями отдельных ее подразделений
- г) определение системы целей функционирования и развития организации, а также путей и средств их достижения

49. В 10 принципов стратегического планирования по Дж.Мангейму и К.Ричу входят:

- а) определение социальной базы кандидата и сегментирование избирательного округа
- б) формирование контрастного имиджа кандидата, который отличает его от других
- в) системное осмысление информационных, людских, материальных ресурсов, общей политической ситуации и наиболее оптимальное взаимоувязывание их в единый комплексный план, содержащий цели и устанавливающий пути и средства их достижения
- г) определение отличий программы от программ-конкурентов

50. Проведите соотношение стратегии и ее черт:

Стратегия рывка	средства тратятся быстро в начале кампании	1
Стратегия успешного финала	темпы кампании нарастают постепенно	2
Стратегия большого события	задача минимум - сохранение своих позиций и своего рейтинга	3
Стратегия «крейсерское движение»	в основе - психологические приемы, интриги	4
Стратегия гребни	для известных кандидатов с сильными позициями – кандидату достаточно просто напомнить о себе	5
	решается проблема узнаваемости	6
	средства тратятся равномерно	7

	средства расходуются экономно	8
	в конце кампании 2-й приток и использование средств	9
	основные средства тратятся на стадии завершения	10
	позволяет дополнить рекламу кандидата еще и дополнительным освещением СМИ	11
	периоды активности и спокойствия не слишком длительные	12
	рассчитана на СМИ для привлечения их внимания	13
	чередование активных стадий с относительно спокойными, но с постепенным наращиванием к финалу	14
	максимальная известность кандидата достигается на финише кампании, следовательно, подорвать эту известность конкуренты практически не успевают - избиратель, узнав кандидата к самым выборам, не успевает забыть его	15
	кампания проходит ровно, спокойно, без каких-либо рывков	16
	требует тщательного осмысления	17
	основывается на нескольких крупных мероприятиях (громкие теледебаты, социально значимые мероприятия благотворительного характера)	18
	заранее можно тщательно спланировать	19
	политическая кампания начинается массированно, мощно, кандидат заявляет о себе сразу по всем коммуникационным каналам, стремится закрепиться в информационном пространстве, создать эффект присутствия и заглушить информацию о своих соперниках	20
	политическая кампания строится таким образом, что вся рекламно-информационная кампания подчиняется освещению одного события, которое очень выгодно оттеняет позитивные качества кандидат	21
	политическая кампания проходит ровно, все рекламные и иные мероприятия равномерно распределяются во времени	22
	политическая кампания строится по принципу усиления информационного воздействия, идет постепенное наращивание темпа рекламных и иных мероприятий	23

51. Политический менеджмент - это:

а) управленческие отношения, где субъект не может опереться на право легитимного насилия для достижения политических целей, не может принять распоряжение, имеющее обязательный характер, а потому вынужден прибегать к иным формам и методам воздействия на предполагаемый объект управления

б) управленческие отношения, возникающие между государством как субъектом управления и населением либо его отдельными группами

в) особый вид управленческого взаимодействия, отличающийся стремлением одной стороны оказать воздействие на другую, не прибегая к насилию, принуждению, а действуя более изощренными методами и средствами

г) все многообразие управленческой деятельности, осуществляемой органами исполнительной власти

д) особый вид управленческих отношений в политике, позволяющий решать такие задачи, как укрепление авторитета государственного или политического деятеля, создание благоприятных условий для деятельности государственного учреждения или политической партии, создание

политических союзов и блоков, формирование электоральных предпочтений населения

е) управление политическими событиями, ориентированное на реализацию определенных политических интересов тех или иных участников этих событий

ж) управленческие отношения, складывающиеся внутри государственных и негосударственных политических организаций

з) система управления отношениями действующих политических акторов, возникающими в процессе выбора ими решений относительно публично-правовой сферы

и) разработка и создание, максимально эффективное использование (управление) и контроль социально-экономических систем

к) такие организация и управление политическим процессом, которые делают политический процесс и, в частности, деятельность политика максимально эффективными в сложившихся условиях

52. Государственные отношения - это

а) управленческие отношения, складывающиеся внутри государственных и негосударственных политических организаций

б) все многообразие управленческой деятельности, осуществляемой органами исполнительной власти

в) управленческие отношения, возникающие между государством как субъектом управления и населением либо его отдельными группами

г) управленческие отношения, опирающиеся на право легитимного насилия

53. Публично-корпоративное управление - это

а) управленческие отношения, складывающиеся внутри государственных и негосударственных политических организаций, ограниченные рамками отдельных организаций, в которых субъекты управления создают общеобязательные нормы для членов организации и обладают правом применять санкции к нарушителям данных норм

б) все многообразие управленческой деятельности, осуществляемой органами исполнительной власти

в) управленческие отношения, возникающие между государством как субъектом управления и населением либо его отдельными группами

54. К чертам политического менеджмента, отличающего его от государственного и публично-корпоративного управления относятся:

а) субъект управления лишен права опираться на государственное принуждение, применять санкции

б) субъект управления создает общеобязательные для членов организации нормы и применяет санкции к нарушителям этих норм

в) субъект управления лишен легитимного права создавать нормы, обязательные для объекта своего воздействия, поэтому он вынужден влиять, навязывать свои правила игры, опираясь на знание особенностей мотивации конкретных людей, психологии личности и психологии масс

г) политический субъект решает специфические не афишируемые задачи, укрепляя свои позиции на политической арене, одерживая победу в конкурентной борьбе, усиливая влияния на массы

д) субъект управления для решения управленческих задач использует особые приемы, обеспечивающие внесение в массовое сознание новых представлений, ценностей, формирование новых установок и убеждений

е) все варианты верны

55. Политические технологии – это

- а) способ и механизм внесения в массовое сознание узнаваемых символов, значений, образов, способных в соответствии с целями субъекта политического управления спланировать, объединять людей или, напротив, разъединять их на соперничающие группы
- б) средства специфического воздействия на мотивацию людей, на их сознание и подсознание, способы, побуждающие людей действовать в соответствии с интересами политического субъекта, но одновременно поддерживающие у них ощущение свободы своего выбора, естественности совершаемых ими действий
- в) способы и приемы формирования в массовом сознании узнаваемого положительного образа государственного учреждения, политической партии, политика
- г) особые приемы, обеспечивающие внесение в массовое сознание новых представлений, ценностей, формирование новых установок и убеждений

56. Объект политического менеджмента – это

- а) процессы и явления, возникающие в политическом процессе и в рамках политического менеджмента между его субъектами
- б) политический процесс, в котором реализуются субъектно-объектные управленческие отношения с точки зрения их целеполагания, условий возникновения, структуры, факторов влияния, тенденций развития и поведения политических акторов
- в) организованные общности людей
- г) политические организации
- д) управляющая и управляемая подсистемы
- е) функционеры, вспомогательный персонал

57. Кто такой политический менеджер?

- а) специалист в области управления: управленец, руководитель управляющий, администратор, заведующий, председатель, директор, начальник
- б) профессионал, обладающий специальными знаниями, умениями и навыками решения задач, направленных на повышение авторитета государственных и политических деятелей, на формирование в общественном мнении позитивного образа политических организаций, на проведение лоббистских акций, на достижение политических союзов и выход из конфликтных ситуаций
- в) специалист в области выработки и реализации управленческих решений, обладающий рядом качеств и характеристик, которые определяют его профессиональный уровень: компетентность, ответственность, умение рисковать, высокая работоспособность, соответствие требованиям современной политической среды
- г) специалист, который работает с общественностью на создание положительной репутации компании или бренда, товара или услуги

58. Проведите соотношение между видами политического менеджмента и их характерными чертами

Виды политического менеджмента	Характерные черты	№ п/п
Политический имиджмейкинг	Ориентация на поиск путей и средств снижения политического противостояния и напряженности в обществе	1
Электоральный менеджмент	Вовлечение в решение поставленных политической группой задач союзников и оппонентов	2
Политический	Намерение политического актора оказать воздействие на ход	3

брендинг	значимых для жизни общества политических событий	
Управление политическими конфликтами	Сделать образ того или иного политика, государственного деятеля привлекательным для широкого круга лиц для обеспечения поддержки его действий со стороны населения	4
Лоббистская деятельность	Управленческие отношения, возникающие между государственными должностными лицами и органами, выступающими в роли субъекта управления, с одной стороны, и населением или отдельными его группами - с другой	5
Политический PR	Управленческая деятельность, иницируемая для достижения конкретных политических целей: победа на выборах, создание политической партии, формирование позитивного имиджа политического актора, лоббирование конкретного законопроекта, снижение протестной активности в связи с принятием непопулярного государственного решения	6
Создание союзов и достижение соглашений	Организация и проведение избирательных кампаний	7
Управление политическими процессами	Внесение в массовое сознание узнаваемых символов, значений, образов, способных в соответствии с целями субъекта политического управления сплачивать, объединять людей или, напротив, разъединять их на соперничающие группы	8
Управление в политических организациях	Воздействие на государственных деятелей с целью принятия ими решений в интересах определенных групп	9
Управление политическими кампаниями	Формирование в массовом сознании узнаваемого положительного образа государственного учреждения, политической партии, политика	10
	Формирование политической идентичности в интересах субъекта управления	11
	Необходимы специфические способы и приемы влияния на мотивацию лиц, принимающих решения	12
	Субъект управления не может опереться на статусные ресурсы власти, не может изменить нормативный порядок путем издания указа или принятия закона, не может прибегнуть к принуждению	13
	Целенаправленное воздействие государства на политические процессы с целью придания им определенных свойств и качеств	14
	Необходимы особые умения и навыки	15
	Поддержка и информационное обеспечение избирательных политических кампаний	16
	Активность руководства организаций ориентирована на обеспечение их политической результативности, на выполнение ими своих функций и принятых на себя обязательств	17
	Управленческие отношения ограничены рамками отдельных организаций, функционирующих в политической сфере	18
	Объединение сторонников и оппонентов политической силы или лидера	19
	Субъект управления обладает навыками моделирования системы факторов, оказывающих воздействие на мотивацию потенциальных участников процесса, понимает особенности адаптации людей к институциональным нормам, видит	20

	специфику укорененных в массовом сознании культурных паттернов, распознает возможности и ограничения использования технологий политического влияния, учитывает формирующиеся в политическом пространстве взаимные ожидания	
--	--	--

59. Проведите соотношение между личностными и профессиональными качествами политического менеджера:

Личностные качества	высокие моральные стандарты	1
Профессиональные качества	умение налаживать и поддерживать взаимоотношения с людьми и коллективом	2
	соответствие требованиям современной политической среды	3
	терпимость к другим решениям, точкам зрения, взглядам, позициям, принципам	4
	достаточно высокая работоспособность	5
	решительность	6
	настойчивость	7
	компетентность	8
	ответственность	9
	умение рисковать	10
	• умение найти компромисс	• 11
	глубокая вовлеченность в управление	12
	умение создать организацию, обеспечить её деятельность всем необходимым, поставить задачи и распределить их среди работников, запустить производственный процесс и затем его координировать и контролировать	13
	высокий уровень внутренней культуры	14
	физическое и психологическое здоровье	15
	отзывчивость, заботливость, благожелательное отношение к окружающим	16
	оптимизм, уверенность в себе	17
	доминантность, честолюбие, стремление к власти и личной независимости, к лидерству в любых обстоятельствах, завышенный уровень притязаний, смелость, решительность, напористость, воля, бескомпромиссность в отстаивании своих прав	18

60. Условия превращения политического менеджмента в профессию:

- а) появление политиков, государственных деятелей, готовых оплачивать услуги профессионалов (соц. потребность)
- б) наука может вооружить потенциальных менеджеров специальными знаниями, эмпирическими методами, умением анализировать конкретную ситуацию, понимать настроения реальных людей, видеть механизмы социального влияния («эмпирическая революция в науке»)
- в) появление рынка консалтинговых услуг
- г) утверждение в сознании многих людей ценностей либерализма: свободы личности, идеологического и политического плюрализма, толерантности, равенства всех перед законом,

недопустимости вмешательства со стороны государства в частную жизнь
д) превращение политических партий и общественных организаций, групп интересов в самостоятельных субъектов, стремящихся играть активную роль на политической арене
е) все варианты верны

II. Задания на проверку сформированности второго компонента компетенций – «Уметь»

1. Разработайте линейно-функциональную структуру избирательного штаба.
2. Разработайте критерии эффективности лоббистской политической кампании.
3. Разработайте стратегию конкретной политической кампании (по предложению преподавателя).
4. Разработайте тактику конкретной политической кампании (по предложению преподавателя).
5. Разработайте критерии эффективного политического менеджера.
6. Разработайте пресс-релиз встречи кандидата с избирателями.

III. Задания на проверку сформированности третьего компонента компетенций – «Владеть»

1. На основе программных документов политической партии современной России (по выбору студента) определите ее базовый электорат.
2. На основе программных документов политической партии современной России (по выбору студента) определите ее основных оппонентов.
3. На основе программных документов политической партии современной России (по выбору студента) определите сегмент электорального рынка, на который она должна обратить особое внимание.
4. На основе программных документов политической партии современной России (по выбору студента) определите возможный слоган ее выборной кампании.
5. На основе программных документов политической партии современной России (по выбору студента) определите политические технологии, которые она будет использовать в политической кампании.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Оценивание обучающегося на зачете с оценкой по дисциплине
К зачету с оценкой необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине.

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой по дисциплине,
- перечнем компетенций, которыми обучающийся должен владеть,
- учебно-тематическим планом дисциплины,
- контрольными мероприятиями,
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами.
- перечнем вопросов к зачету.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционного и семинарского типа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

По итогам изучения курса проводится зачет с оценкой для получения которого обучающийся должен выполнить три задания.

Для выполнения первого задания необходимо пройти тестирование, целью которого является проверка сформированности первого структурного компонента компетенции «знать». Для получения зачета в этой части обучающийся должен получить не менее 60% правильных ответов на предъявленные тесты. Задания представлены в п. I.

Для успешного выполнения второго задания, целью которого является проверка сформированности второго структурного компонента компетенций «уметь», обучающийся должен правильно ответить хотя бы на один вопрос Задания представлены в п. II.

Для успешного выполнения третьего задания, целью которого является проверка сформированности третьего структурного компонента компетенций – «владеть», обучающийся должен правильно ответить хотя бы на один вопрос сформулированный в задании Задания представлены в п. III.

Примерные темы рефератов

1. 1. Понятие политического менеджмента.
2. Политический менеджмент как профессия.
3. Коммуникации в политическом менеджменте.
4. Основные задачи управления коммуникационными процессами.
5. Способы продвижения политической информации.
6. Политическая организация: понятие, виды.
7. Имидж как инструмент политического менеджмента.
8. GR как функция политического менеджмента.
9. Лоббизм в политическом менеджменте.
10. Управление в условиях конфликта.
11. Понятие политического действия.
12. Мотивация политического действия.
13. Политическая ситуация: понятие, виды.
14. Содержание стартовой диагностики политической ситуации..

15. Политическая кампания как особый вид управленческих отношений.
16. Внешняя среда и ее влияние на политическую кампанию.
17. Политический бренд и политическое брендингирование.
18. Оперативная диагностика как способ обеспечения обратной связи.
19. Формы работы со СМИ в политическом менеджменте.
20. Информационно-коммуникационная революция и ее влияние на политический менеджмент.
21. Основные направления и виды политического манипулирования.

Примерные вопросы к экзамену

1. Политический менеджмент: понятие, функции, субъекты, объект.
2. Политический менеджмент как профессия.
3. Политическая организация: понятие, виды, функции.
4. Понятие убеждающей коммуникации, ее основные виды.
5. Способы продвижения политической информации.
6. Политико-управленческое решение: понятие и основные этапы разработки
7. Цели в политическом менеджменте: значение и виды.
8. Субъекты управления в реальной политической практике.
9. Значение обратной связи в процессах политического менеджмента.
10. Роль политической коммуникации в политическом менеджменте.
11. Имидж как инструмент политического менеджмента.
12. PR в системе политического менеджмента.
13. GR как функция политического менеджмента.
14. Лоббирование групповых интересов: технологии и влияние на эффективность политического менеджмента.
15. Политический менеджмент и регулирование общественно-политических конфликтов.
16. Политический менеджер: понятие, общекультурные, деловые и личностные качества.
17. Основные направления исследования мотивации политического действия.
18. Содержание стартовой диагностики политической ситуации.
19. Основные требования к разработке программ осуществления социологического мониторинга в политическом менеджменте.
20. Основные особенности политической кампании как вида управленческих отношений.
21. Приведите пример известной политической кампании. Выделите в ней основные цели и задачи, а также субъектов и объект управления.
22. Структура стратегического плана политической кампании.
23. Возможные стратегические цели политической кампании.
24. Технологии и назначение определения целевых аудиторий в политической кампании.
25. Содержание имиджевой концепции и ее роль в политической кампании.
26. Политический бренд и его роль в политическом менеджменте.
27. Цели и технологии мониторингов медийной и агитационно-пропагандистской активности политических оппонентов в политической кампании.
28. Содержание и значение содержательного и медийного направлений работы в политической кампании.

29. Основные методы работы со средствами массовой информации в политической кампании.
30. Основные виды агитационно-пропагандистских материалов, используемых в политической кампании.
31. Основные формы полевой работы в рамках политической кампании.
32. Содержание и особенности политической манипуляции.
33. Роль СМИ в процессе политической манипуляции.
34. Влияние на содержание процесса политического менеджмента новых форм коммуникации.
35. Традиционные средства массовой информации и онлайн-ресурсы.
36. Основные виды онлайн-ресурсов, используемых в политическом менеджменте.

Глоссарий по дисциплине (определение основных понятий)

Политическая кампания — это управленческий процесс, инициируемый политическим лидером (партией, общественно-политическим движением, группой интересов и т.д.) для достижения определенных политических целей методами и средствами, исключающими применение открытых форм принуждения и права создавать обязательные нормы и правила.

Политическая организация - общественное объединение, ставящее своей целью влияние на общественные и государственные процессы, участие в выборах депутатов представительных органов и выборных должностных лиц, а через них - на осуществление государственной власти и местного самоуправления.

Политический менеджмент — это особый вид управления в политике, когда субъект управления, стремящийся к достижению определенной политической цели, лишен возможности создавать общеобязательные нормы и опираться на право «легитимного насилия» и поэтому вынужден применять особые приемы и способы решения своих задач, использовать разнообразные политические технологии.

Политико-управленческое решение - это выбор, который должен сделать руководитель политической организации (кампании), чтобы выполнить обязанности, обусловленные занимаемой им должностью (выбор альтернативы, осуществлённый руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенции и направленный на достижение целей организации).

Электорат (от лат. *elektor* — «избиратель») — граждане, имеющие право голоса для участия в политических выборах.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

1.1 Основная литература:

ЭБС ЮРАЙТ

Ресурс предоставляет доступ к учебникам по экономике, гуманитарным и общественным наукам, юриспруденции, языкознанию, выпускаемым издательством «Юрайт».

<http://lib/ranepa.ru/base/abs-urait.html>

ЭБС ИЗДАТЕЛЬСТВА "ЛАНЬ"

Интернет-ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам.

<http://lib/ranepa.ru/base/abs-izdatelstva--lan.html>

Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями: Учебное пособие для вузов. – М.: Издательство Московского университета, 2016.

Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – СПб.: Питер, 2013.

Пушкарёва Г.В. Политический менеджмент. Учебник и практикум. – М. : Юрайт, 2015. – 366с.

Федорченко С.Н. Современные технологии политического менеджмента. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2016. – 200с.

Дополнительная литература

Бевир М. Управление: очень краткое введение. М.^ Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 160 с.

Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. - СПб.: Питер 2009.

Володенков С.В. Использование онлайн-ресурсов в политической практике // Государственная служба. 2011. №3.

Головин Ю.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. – Ярославль, 2004.

Горчакова В.Г. Имиджология. Теория и практика. – М.: Юнити-Дана, 2011.

Даррен Дж. Лиллекер. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. – М.: Гуманитарный центр, 2010.

Забурдаева Е.В. Политическая кампания. Стратегии и технологии [Электронный ресурс]: учебник/ Забурдаева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8969>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Колесникова Г.И. Манипуляции: техники успешного общения. Игры, в которые играют все /Г.И.Колесникова. – Ростов н/Дону: Феникс, 2011.

Лютый В.П. Политический менеджмент (политология, прикладные исследования, менеджмент) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лютый В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский государственный университет правосудия, 2012.— 292 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5774>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Ляско А.К. Стратегический менеджмент: современный учебник. М.: Издательство: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 488 с.

Малкин Е.Б., Сучков Е.Б. Политические технологии. – М., 2006.

Мухаев, Р. Т. Система государственного и муниципального управления в 2 т.: учебник для академического бакалавриата / Р. Т. Мухаев. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7327-3.

Плассер Ф., Плассер Г. Мировая практика проведения политических кампаний: анализ деятельности профессионалов и их опыта. – М., 2005.

Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 365 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-9916-5344-2.

Соловьёв А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. Учебник М., 2008.

GR и лоббизм. Теория и технологии. Учебник и практикум. / Под ред. В. Ачкасов, И. Минтусов, О. Филатова. — М.: Юрайт, 2015.

9.3. Нормативные правовые документы

1. Конституция РФ. URL: <http://www.consultant.ru/popular/cons/>

2. ФЗ «О системе государственной службы в РФ» URL
<http://www.consultant.ru/popular/gossluzh/>

3. ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы ФС РФ URL
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_159349/

4. ФЗ «О выборах Президента РФ» URL
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_40445/

5. ФЗ « О политических партиях» URL
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32459/

9.4. Интернет-ресурсы, справочные системы

Словари и библиотеки

Глоссарий.ру	www.glossary.ru
Гуманистика	www.humanistica.ru
Кирилл и Мефодий	www.km.ru
Классически словари.....	www.rambler.ru/dict
Кругосвет	www.krugosvet.ru
Кто есть кто в современном мире.....	www.biograph.comstar.ru
Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия.....	www.megabook.ru
Мир энциклопедий.....	www.encyclopedia.ru
Словарь Даля	dal.rin.ru
ИНИОН.....	www.inion.ru
Российская государственная библиотека.....	www.rsl.ru
Библиотека популярных текстов.....	www.saslib.ru

Классика.руwww.klassika.ru
 Научная электронная библиотека.....www.elibrary.ru
 Электронные библиотеки..... www.iis.ru/el-bib

Наука

Auditorium.ru
www.auditorium.ru
 Гуманитарные технологииwww.ht.ru
 Философские ресурсыrri.chat.ru
 Институт социальной и полит. психологии..... www.ispp.ru
 Институт социологии РАН www.isras.rssi.ru
 Политическая психология polpsy.chat.ru
 Социология www.sociology.ru
 Центр стратегических разработок www.csr.ru
 Центр фундаментальной социологии www.sociologica.ru

Государственные структуры, органы власти, общественно-политические объединения
 Госкомстат.....www.gks.ru
 Президент Российской Федерации www.....president.kremlin.ru
 Государственная Дума.....www.duma.ru
 Законодательная власть РФ.....www.legislature.ru
 Конституционный Суд РФ..... ks.rfnet.ru
 Министерство образования РФ..... www.ed.gov.ru
 Московская Городская Дума www.duma.mos.ru
 Официальная Россияwww.gov.ru
 Политический консультативный центрwww.pkc.ru
 Санкт-Петербург www.gov.spb.ru
 Гражданское содействие www.refugee.ru
 Евразияwww.eurasia.msk.ru
 Московская школа полит. исследований www.msps.ru
 Профсоюзы России в Интернетеwww.trud.org
 Союз российских городов guests.iip.net/urc

Фонд эффективной политики.....	www.fep.ru
Центр политической конъюнктуры России	www.ancentr.ru
Единая Россия.....	http://www.edinros.ru
Коммунистическая партия РФ.....	www.kprf.ru
ЛДПР	www.ldpr.ru
Российская экологическая партия “Зеленые»	www.greenparty.ru/
Полит. партия “СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ”	www.spravedlivo.ru/
Яблоко, движение	www.yabloko.ru

Газеты и журналы

Известия.....	www.izvestia.ru
Независимая газета	www.ng.ru
Новая газета.....	www.novayagazeta.ru
Сегодня.....	www.segodnya.ru
Профиль.....	www.profil.orc.ru
Эксперт.....	www.expert.ru
Итоги.....	www.itogi.ru
Коммерсантъ Власть.....	www.commersant.ru

10. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля)

1. Лекционные занятия:

- a. комплект электронных презентаций/слайдов,
- b. аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

2. Практические занятия:

- a. компьютерный класс,
- b. презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- c. пакеты ПО общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы)

3. Прочее

- a. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет,

- b. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.