

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Факультет гуманитарных и социальных наук

Рекомендовано МССН

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины:**

Политический менеджмент: электоральный менеджмент

**Рекомендуется для направления подготовки/специальности**

41.03.04 Политология

**Направление программы (профиль)**

Политология

### 1. Цели и задачи дисциплины:

Целями учебной дисциплины «Политический менеджмент: электоральный менеджмент» являются получение слушателями теоретических знаний и практических навыков в области электорального менеджмента и избирательного процесса для их дальнейшего использования в рамках выбранной образовательной программы и практического применения. Для достижения поставленной цели предусмотрено решение следующих задач: формирование представлений об электоральном менеджменте, как составляющей политического менеджмента, его сути и роли в современном обществе. Рассмотрение основных видов избирательных технологий. Анализ эффективности применения избирательных технологий, их влияния на электорат и результаты выборов. Раскрытие особенностей применения избирательных технологий в российских избирательных кампаниях различного уровня. Освоение основных направлений борьбы с деструктивными избирательными технологиями

### 2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Политический менеджмент: электоральный менеджмент» относится к базовой компоненте, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины «Политический менеджмент: электоральный менеджмент» в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

#### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
1	УК-2	Политический менеджмент: понятийный аппарат, теории и концепты	Технологии проведения избирательных кампаний: российский и зарубежный опыт.
2	УК-4	Политическая журналистика	СМИ и общество
Общепрофессиональные компетенции			
1	ОПК-4	Введение в политическую теорию	Основы научно-исследовательской деятельности.
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности политология)			
1	ПКО-4	Политические основы публичной власти.	Социально – политические стратегии и технологии в местном самоуправлении.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-4. Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском как иностранном и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и

перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.

ОПК-4. Способен устанавливать причинно-следственные связи, давать характеристику и оценку общественно-политическим и социально-экономическим событиям и процессам, выявляя их связь с экономическим, социальным и культурно-цивилизационным контекстами, а также с объективными тенденциями и закономерностями комплексного развития на глобальном, макрорегиональном, национально- государственном, региональном и локальном уровнях.

ПКО-4. Способен обеспечить административно- организационное сопровождение процесса консультирования политических субъектов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:** Основные понятия и термины электорального менеджмента. Характеристики основных способов управления электоральным поведением. Роль и сущность электорального менеджмента в современном обществе. Ограничения и возможности управления в электоральном менеджменте. Модели политического взаимодействия различных структур в обществе.

**Уметь:** Охарактеризовать и объяснить основные нормы, тенденции и характеристики развития электорального менеджмента в историческом процессе развития и современной действительности. Аналитически конструировать электоральную ситуацию. Мотивировать электоральный процесс. Самостоятельно производить сегментирование электорального рынка. Обработать информацию с помощью современных научных методов, качественно произвести её фиксацию, оценить стимулирующее воздействие информации на различные слои общества, определить вовлеченность различных социальных групп в восприятие и распространение информации, касающейся проведения избирательной.

**Владеть:** Теорией электорального менеджмента. Навыками самостоятельного поиска документов, литературы и статистических данных в научных библиотеках и глобальной сети Internet; анализа Законов, нормативно-правовых актов и документов принятых как на международном, так и общероссийском уровне, а так же на уровне субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. Практическими навыками коммуникации, политическом PR в предвыборной кампании и электоральном цикле.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 (две) зачетные единицы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (модули)			
					D
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>108</b>				<b>108</b>
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	<b>20</b>				<b>20</b>
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>					
<i>Семинары (С)</i>	<b>20</b>				<b>20</b>
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>68</b>				<b>68</b>
Общая трудоемкость 108 часов	<b>108</b>				<b>108</b>
2 зач. ед.	<b>2</b>				<b>2</b>

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Место и роль политического	Определение. Виды. Профессионализм. Этика. Возрастание роли электорального менеджмента в современных

	(электорального) менеджмента в современном обществе.	условиях.
2.	Электоральный менеджмент как теория и практика.	Теория электорального менеджмента. Объект и предмет политического (электорального) менеджмента. Аналитическое конструирование электоральной ситуации.
3.	Политико-технологический процесс.	Модель, субъекты и объекты политико-технологического процесса. Модели политического взаимодействия.
4.	Управление мотивацией в электоральном - технологическом процессе.	Мотивация политического действия. Когнитивная модель. Ограничения и возможности управления в электоральном менеджменте. Мотивация и манипуляция.
5.	Политический электоральный менеджмент.	Коммуникации. Основные задачи. Политический PR в предвыборной кампании и электоральном цикле.
6.	Управление процессами структуризации.	Процессы. Важнейшие задачи. Сегментирование электорального рынка.

### 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Место и роль политического (электорального) менеджмента в современном обществе.	4			4	10	18
2.	Электоральный менеджмент как теория и практика.	4			4	10	18
3.	Политико-технологический процесс.	4			4	10	18
4.	Управление мотивацией в электоральном -технологическом процессе.	4			4	10	18
5.	Политический электоральный менеджмент.	2			2	14	18
6.	Управление процессами структуризации.	2			2	14	18

### 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	1.	Определение. Виды. Профессионализм. Этика. Возрастание роли электорального менеджмента в современных условиях.	4
2.	2.	Теория электорального менеджмента. Объект и предмет политического (электорального) менеджмента. Аналитическое конструирование электоральной ситуации.	4
3.	3.	Модель, субъекты и объекты политико-технологического процесса. Модели политического взаимодействия.	4
4.	4.	Мотивация политического действия. Когнитивная модель. Ограничения и возможности управления в электоральном менеджменте. Мотивация и манипуляция.	4

5.	5.	Коммуникации. Основные задачи. Политический PR в предвыборной кампании и электоральном цикле.	2
6.	6.	Процессы. Важнейшие задачи. Сегментирование электорального рынка.	2

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения теоретических (лекционных, семинарских) занятий, укомплектованные специализированной учебной мебелью, техническими средствами, наглядными пособиями, литературой:

Лекционная аудитория

Характеристики оборудования:

Проекционный экран: Lumien на электроприводе.

Проектор: InFocus LP640.

Монитор: Планшет Starboard Hitachi.

Компьютер: CPU Intel Celeron 2.8Гц, 512Мб ОЗУ, Ati 3D rage, DVD-ROM, HDD 80 Гб.

Звуковое оборудование: 4 динамика (потолочные) Dynacord, микрофон-петличка SAMSON ST5, база для микрофона SAMSON SR55, усилитель звуковой PA-AMPLIFIER MUP 12.5

### 9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение

- Операционная система: Windows 7, 10.
- Microsoft Office.
- Microsoft Teams.
- Наличие ресурсов портала РУДН

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- выход в сеть Интернет.
- выход в научную библиотеку.
- <http://www.ifes.ru> - Международный фонд избирательных систем (Россия)
- <http://www.fci.ru> - Центральная избирательная комиссия Российской Федерации
- [www.president.kremlin.ru](http://www.president.kremlin.ru) - Официальный сайт Президента РФ
- [www.rsnet.ru](http://www.rsnet.ru) - Официальная Россия - сервер органов государственной власти РФ
- [www.prezident.ru](http://www.prezident.ru) - Официальный блог ПРЕЗИДЕНТ.РУ
- [www.duma.gov.ru](http://www.duma.gov.ru) - Официальный сайт Государственной Думы РФ
- [www.mos.ru](http://www.mos.ru) - Сайт мэрии г. Москвы
- [www.rapn.ru](http://www.rapn.ru) – Российская ассоциация политической науки
- [www.soiuzpolitolog.ru](http://www.soiuzpolitolog.ru)- сайт Национального Союза Политологов;
- [www.edinros.ru](http://www.edinros.ru) - Единая Россия
- [www.yabloko.ru](http://www.yabloko.ru) - Российская объединенная демократическая партия Яблоко
- [www.kprf.ru](http://www.kprf.ru) - КПРФ
- [www.ldpr.ru](http://www.ldpr.ru) - ЛДПР
- [www.spravedlivo.ru](http://www.spravedlivo.ru) – Справедливая Россия
- [www.patriot-rus.ru](http://www.patriot-rus.ru) – Патриоты России
- <http://www.pravoedelo.ru> – Правое дело
- [www.golos.org](http://www.golos.org) - "Голос": Ассоциация некоммерческих организаций в защиту прав избирателей.
- [www.nikkolom.ru/book\\_PK.htm](http://www.nikkolom.ru/book_PK.htm) - Электронная книга "Политический консультант в российских избирательных кампаниях"
- [www.cpt.ru](http://www.cpt.ru) - Центр политических технологий
- [www.indem.ru](http://www.indem.ru) - Фонд ИНДЕМ
- [www.rfsv.ru](http://www.rfsv.ru) - Российский Фонд Свободных Выборов
- [www.fep.ru](http://www.fep.ru) - Фонд эффективной политики
- [www.asi.org.ru](http://www.asi.org.ru) - Агентство социальной информации.

- [www.vibory.ru](http://www.vibory.ru) - Независимый институт выборов
- [www.roiip.ru](http://www.roiip.ru) - Российский общественный институт избирательного права

## 10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

### а) Основная литература

1. Вылегжанин Д.А. Введение в политическую имеджелогию: Учебное пособие. – М., 2008.
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учебное пособие. – М., 2005.
3. Забурдаева Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии: Учебник. – М., 2012.
4. Игнатов В.Г., Кутырев Н.П., Кислицын С.А. и др. Технологии избирательных кампаний. – М.-Ростов н/Д, 2004.
5. Ковлер А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. - М., 1995.
6. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. – СПб, 2013.
7. Кудинов О.П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России. – Калининград, 2000.
8. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. – 2-е изд., расш. и доп. – М., 2000.
9. Недяк И.Л. Политический маркетинг: Основы теории. – М., 2008.
10. **Платонов Владимир Михайлович. Современная Россия: особенности политики и политического процесса [Текст/электронный ресурс] / В.М. Платонов, Д.Е. Слизовский; РУДН; В.М.Платонов и др.; Под ред. Д.Е.Слизовского. - электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2008. - 232 с. - ISBN 978-5-209-02797-3: 130.00. (5 экз) (библиотека РУДН).**
11. Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии/Под ред. Л.В.Сморгунова. – СПб., 1999.
12. Полуэктов В.В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях. – М., 2002.
13. **Чумиков Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00. (115 экз) (библиотека РУДН).**
14. Щербатых Ю.В. Психология выборов. – М., 2005.
15. **Юханов Николай Семенович. PR-технологии и политическое консультирование в российской политике [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие / Н.С. Юханов. - М.: Изд-во РУДН, 2008. - 175 с. (17 экз) (библиотека РУДН).**

### б) Дополнительная литература

1. Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 19 июня 2004 г. № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».- М., 2004.
3. Актуальные проблемы политики и политологии в России: Сборник статей аспирантов и преподавателей / Под общей ред. В.С.Комаровского. – М., РАГС, 2001.
4. Автономов А.С., Морозова Е.Г. Избирательная кампания. – М., 1995.
5. Амелин В.Н., Зотова З.М. Эффективное управление избирательной кампанией. – М., 2001.
6. Амелин В.Н., Федоркин Н.С. Стратегия избирательной кампании. – М., 2001.
7. Анализ, прогноз, технологии в современной политике: Учебное пособие / Под общ. ред. проф.В.С.Комаровского. – М., Издательство РАГС, 2001.
8. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: Учеб.пособ. – М., 2004.

9. Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании. Нац. демокр.ин-т международных отношений США. – М., 1994.
10. Григорьев М.С., Ханов Г.Г., Чернозуб О.Л. Региональный избирательный штаб в федеральной избирательной кампании. – М., 2001.
11. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М., 1997.
12. Гришин Н.В. Основы проведения избирательных кампаний. – М., 2003.
13. Жуков К., Карнышев А. Азбука избирательной кампании. – М., 2001.
14. Забелин П.В. Основы создания и управления оперативными группами агитаторов. – М., 1999.
15. Зайцевский П.Г., Зворыкин А.В. Мироненко С.В. Избирательные технологии: 100 вопросов и ответов. - М., 1999.
16. Засурский И.И. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М., 2001.
17. Зотова З.М. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. – М., 1994.
18. Зотова З.М. Предвыборная программа – основной ресурс избирательной кампании. – М., 2001.
19. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000.
20. Мальцева Н.М. Грязные избирательные технологии: мифы и реальность. – М., 2003.
21. Мартин Д. Манипулирование встречами. Как добиться чего Вы хотите, когда Вы этого хотите/ Пер. с англ. Л.А.Мороз. – Мн., 1997.
22. Медведева В.К. Избирательный процесс в современной России: от теории к практике: Монография. М., 2013.
23. Мерфин Р. Технология избирательных кампаний в США// ПОЛИС. 1991. № 3.
24. Мирошниченко А.А. Выборы: от замысла до победы (Предвыборная кампания в российском регионе). – М., 2003.
25. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М., 1999.
26. Ольшанский Д.В. Политический маркетинг. – М., 2003.
27. О совершенствовании правового регулирования предвыборной агитации в СМИ. Как предотвратить злоупотребления свободой слова во время выборов. – М.: Издание Госдумы. – М., 2002.
28. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. – М., 1994.
29. Постников А.Е., Юрьева Т.В. Избирательные технологии: финансирование выборов – законодательное регулирование. Экономический «портфель» кандидата в депутаты Государственной Думы. – М., 1995.
30. Политическая культура современной России: состояние, проблемы, пути трансформации. Материалы «круглого стола» / Под ред. Н.С.Федоркиной и Н.В.Карповой. – М., 2009.
31. Политическая реклама. – М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999.
32. Политический имидж: «секреты» манипулирования массовым сознанием. – СПб., 2000.
33. Политическое консультирование. – М.: Центр Политического консультирования «Никколо М», 1999.
34. Политические коммуникации: Учеб. Пособие для студентов вузов/ Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004.
35. Полуэктов В.В. Полевые технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. – М., 2003.
36. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов. – Киев, 1997.
37. Представительная демократия и электорально-правовая культура / Под общей ред. Ю.А.Веденева и В.В.Смирнова. – М., 1997.
38. Путеводитель по выборам: политическая Россия-2007. – М., 2007.

39. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика/Пер. с англ. – М., 2002.
40. Региональные выборы в России / Под общ.ред.проф. З.М.Зотовой, проф. А.И.Ковлера. – М., 1996.
41. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ.ред. проф.В.С.Комаровского. – М., 2001.
42. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. Пер.с франц. – М., 1999.
43. Семенов, В. А. Политический менеджмент: учеб. пособие для академического бакалавриата / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 298 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/book/politicheskiy-menedzhment-441764> (дата обращения: 23.04.2019) (электронная библиотечная система Юрайт).
44. Слепенков И.М., Аверин Ю.П., Усманов Б.Ф. и др. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты. – М., 1995.
45. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М., 2000.
46. Справочник по политическому консультированию/ Под ред. проф. Д.Д.Перлматтера: Пер. с англ. – М., 2002.
47. Стратегия планирования избирательной кампании. – М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1999.
48. Технологии выборов: стратегия, тактика и пошаговое руководство по организации избирательной кампании/сост. Н.Н.Малишевский. – Минск, 2009.
49. Тике Э. Паблик рилейшнз: учеб. /Пер. с англ. С.Бердышева. – М., 2006.
50. Фаер С.А. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы. – СПб, 1998.
51. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. – М., 2000.
52. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. – М., 2001.
53. Шестопап Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х.- М., 2000.
54. Шендера В.К. Организация предвыборных кампаний. Учебное пособие. – М.: РАГС, 1995.

## **11. Методические указания для слушателей по освоению дисциплины (модуля)**

### **11.1 Требования к выполнению реферата**

Реферат – предполагает самостоятельное изложение проблемы, собственное рассуждение автора на базе содержащихся в литературе сведений.

Общий объем реферата не должен превышать 10-15 страниц для печатного варианта.

Реферат должен иметь следующую структуру: введение, основную часть, заключение, список литературы, приложения (если имеются).

Введение должно содержать постановку проблемы в рамках выбранной темы и обоснование выбора проблемы и темы.

Во введении дается краткая характеристика изучаемой темы, обосновывается ее актуальность, личная заинтересованность автора в ее исследовании, отмечается практическая значимость изучения данного вопроса, где это может быть использовано. Здесь же называются и конкретные задачи, которые предстоит решить в соответствии с поставленной целью. Объем введения составляет примерно 1/10 от общего объема работы.

В основной части, как правило, разделенной на главы, необходимо раскрыть все пункты составленного плана, связно изложить накопленный и проанализированный материал. Излагается суть проблемы, различные точки зрения на нее, собственная позиция автора реферата. Каждый раздел основной части должен открываться определенной задачей и заканчиваться краткими выводами.



В заключении подводятся итоги по всей работе, суммируются выводы, содержащие ясные ответы на поставленные в цели исследования вопросы, делаются собственные обобщения (иногда с учетом различных точек зрения на изложенную проблему), отмечается то новое, что получено в результате работы над данной темой. Заключение по объему не должно превышать введение.

В списке литературы фиксируются только те источники, с которыми работал автор реферата.

Приложения могут располагаться в тексте основной части реферата или в конце всей работы. Указывается источник, откуда взяты материалы, послужившие основой для составления приложения.

### **11.2 Требования к выполнению доклада**

1. Объем основного текста доклада – от 5 до 10 страниц (3500 знаков на страницу).
2. При подготовке доклада разрешается использовать такие источники информации, как книги и учебники, журнальные и газетные статьи, web-сайты.
3. При использовании цитат или фрагментов из различных источников в тексте доклада - обязательно делать ссылку на источник в разделе Список источников.
4. Студенты должны представить в докладе свою точку зрения на заданную тему, связав ее с материалами из источников.
5. Доклад завершается разделом с кратким перечислением основных выводов и вопросов для обсуждения (вопросов, требующих дальнейшего изучения).

### **11.3 Требования к выполнению эссе**

В эссе должно быть изложено личное мнение студента по выбранной теме.

Объем эссе 10 – 15 листов печатного текста.

Эссе оценивается в % отношении оригинальности текста по результатам проверки через систему «Антиплагиат».

## **12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ОС ВО РУДН для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств (ФОС), представленные в приложении 1 к настоящей рабочей программе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

### **Разработчик:**

Доцент кафедры политического  
анализа и управления \_\_\_\_\_

С. И. Попов

### **Руководитель программы**

Заведующий кафедрой,  
Политического анализа и  
управления \_\_\_\_\_

должность, название кафедры

подпись

В. М. Платонов

инициалы, фамилия

### **Заведующий кафедрой**

Кафедра политического анализа  
и управления \_\_\_\_\_

В.М. Платонов