

*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: понятийный аппарат, теории и концепты

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

41.03.04 Политология

Направление программы (профиль)

Политология

1. Цели и задачи дисциплины:

Целями учебной дисциплины «Политический менеджмент: понятийный аппарат, теории и концепты» являются получение слушателями теоретических знаний и практических навыков в области современных политологических исследований для их дальнейшего использования в рамках выбранной образовательной программы. Для достижения поставленной цели предусмотрено решение следующих задач: формирование представлений о политическом менеджменте, его сути и роли в современном обществе. Понимание характеристик основных видов политического управления и специфике научного знания о нем. Овладение теоретическими и эмпирическими методами политического менеджмента, представление о политической кампании как виде управленческих отношений и мотивации политического действия. Освоение основных задач управления мотивационными действиями и коммуникационными процессами в политических кампаниях. Получение навыков самостоятельной оценки политической ситуации и принятию политико-управленческих решений, адекватных ситуации.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Политический менеджмент: понятийный аппарат, теории и концепты» 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: понятийный аппарат, теории и концепты» 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-1	История политики и политических учений	Современная Российская политика: политические отношения и политический процесс
2	УК-5	История политики и политических учений	Этнополитология
Общепрофессиональные компетенции			
1	ОПК-3	Политическая история России и зарубежных стран	Политические отношения и процессы в современной России.
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности политология)			
1	ПКО-4	История политики и политических институтов	Современная российская политика: политические отношения и политический процесс
2	ПКО-5	Политический анализ и прогнозирование: методы моделирования политических процессов	Политический анализ и прогнозирование.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

ОПК-3. Способен выделять, систематизировать и интерпретировать содержательно значимые эмпирические данные из потоков информации, а также смысловые конструкции в оригинальных текстах и источниках по профилю деятельности.

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

ПКО-5. Способен работать в рамках политологического (политического) проекта в качестве исполнителя и руководителя нижнего звена.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: Основные понятия, термины, категоричный аппарат политического менеджмента. Характеристики основных методов политического управления, его роль и сущность в современном обществе. Теоретические и эмпирические методы в политическом менеджменте, такие как: структурализм, функционализм, топологический, системный анализ и пр. Когнитивную теорию мотивации политического действия. Модель политической кампании, её определение, специфику, парадоксальность.

Уметь: Охарактеризовать и объяснить основные нормы, тенденции и характеристики развития политического менеджмента в историческом процессе развития и современной действительности. Мотивировать политический процесс. Инициировать политический процесс внутри Российской Федерации и на международной арене. 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 политической кампании.

Владеть: навыками самостоятельного поиска документов и литературы 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, практикой организации дискуссий, публичных выступлений, написания научных статей по главным темам учебной дисциплины.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 (три) зачетные единицы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (модули)			
			7		
Аудиторные занятия (всего)	108		108		
В том числе:	-	-	-	-	-
<i>Лекции</i>	36		36		
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>					
<i>Семинары (С)</i>	18		18		
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>					
Самостоятельная работа (всего)	54		54		
Общая трудоемкость 108 часов	108		108		
3 зач. ед.	3		3		

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Политический менеджмент: понятие, сущность, его роль в современном обществе	Что такое политический менеджмент. Возрастание роли политического менеджмента в современных условиях.
2.	Характеристика основных видов политического менеджмента.	Виды политического менеджмента. Аналитика. Политическая реклама. PR. Имиджмейкинг. Спичрайтинг. Массовые акции.
3.	Специфика и структура научного знания о политическом менеджменте.	Объект и предмет теории политического менеджмента.
4.	Теоретические и эмпирические методы в политическом менеджменте.	Структурализм. Функционализм. Топологический анализ. Системный анализ.
5.	Политическая кампания как вид управленческих отношений.	Определение. Специфика. Парадоксальность. Модель политической кампании
6.	Мотивация политического действия.	Основные направления исследования. Теория потребностей. Социализация. Объективное и субъективное интерпретирование ситуации.
7.	Когнитивная теория мотивации политического действия.	Информация. Фиксация информации. Стимулирующее воздействие. Вовлеченность. Категоризация. Я-образ.
8.	Основные задачи управления мотивационными действиями в политических кампаниях.	Политико-технологический процесс. Задачи. Порог внимания. Атрибуция. Эмоции. Память.
9.	Основные задачи управления коммуникационными процессами в политическом менеджменте.	Инициация. Производство информации. Кодирование. Продвижение. Декодирование. Обратная связь.
10.	Убеждающая коммуникация.	Борьба за внимание общественности. Распространение информации. Элементы процесса коммуникации.

11.	Основные каналы продвижения информации в политических кампаниях. Политическая реклама как канал (способ) продвижения информации.	Политическая реклама и её классификации. Способы передачи информации. Виды носителей политической рекламы их достоинства и недостатки. Межгосударственное сотрудничество с позиций современной теоретической мысли.
12.	Особенности СМИ как канала продвижения информации. Интернет.	Виды СМИ и их особенности. Информационные потоки и их классификация. Особенности Интернета и его отличия от традиционных СМИ.
13.	Управление процессами структуризации в политической кампании.	Основные задачи управления процессами структуризации. Значимость. Корреляция. Адресные группы. Доступность воздействия.
14.	Формирование политической идентичности в политических кампаниях.	Виды идентичности. Политическая идентичность. Основные направления формирования политической идентичности.
15.	Массовые мероприятия и формирование политической идентичности.	Основные виды массовых мероприятий и их цели в политической кампании. Митинги, шествия и обеспечение явки на них.
16.	Конкурентная среда политической кампании.	Конкурентная политическая среда, её оценка. Сбор и анализ информации о соперниках. Способы снижения негативного воздействия конкурентной среды.
17.	Проектирование политической кампании.	Понятие проекта политической кампании. Стратегия и тактика политической кампании.
18.	Политический менеджмент и этические проблемы.	Основные этические проблемы политического управления их классификация и характеристики. Хартия «Политические консультанты за честные выборы».

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Политический менеджмент: понятие, сущность, его роль в современном обществе	2			2	2	6
2.	Характеристика основных видов политического менеджмента.	2			2	2	6
3.	Специфика и структура научного знания о политическом менеджменте.	2			2	2	6
4.	Теоретические и эмпирические методы в политическом менеджменте.	2			2	2	6

5.	Политическая кампания как вид управленческих отношений.	2			2	2	6
6.	Мотивация политического действия.	2			2	2	6
7.	Когнитивная теория мотивации политического действия.	2			2	2	6
8.	Основные задачи управления мотивационными действиями в политических кампаниях.	2			2	2	6
9.	Основные задачи управления коммуникационными процессами в политическом менеджменте.	2			2	2	6
10.	Убеждающая коммуникация.	2			2	2	6
11.	Основные каналы продвижения информации в политических кампаниях. Политическая реклама как канал (способ) продвижения информации.	2			2	2	6
12.	Особенности СМИ как канала продвижения информации. Интернет.	2			2	2	6
13.	Управление процессами структуризации в политической кампании.	2			2	2	6
14.	Формирование политической идентичности в политических кампаниях.	2			2	2	6
15.	Массовые мероприятия и формирование политической идентичности.	2			2	2	6
16.	Конкурентная среда политической кампании.	2			2	2	6
17.	Проектирование политической кампании.	2			2	2	6
18.	Политический менеджмент и этические проблемы.	2			2	2	6

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	1.	Что такое политический менеджмент. Роль политического менеджмента в современном обществе. Возрастание роли политического менеджмента в современных условиях.	2
2.	2.	Виды политического менеджмента. Аналитика. Политическая реклама. PR. Имиджмейкинг. Спичрайтинг. Массовые акции.	2
3.	3.	Объект теории политического менеджмента. Предмет теории политического менеджмента.	2
4.	4.	Структурализм. Функционализм. Топологический анализ. Системный анализ.	2
5.	5.	Определение. Специфика. Парадоксальность. Модель политической кампании.	2

6.	6.	Основные направления исследования. Теория потребностей. Социализация. Объективное интерпретирование ситуации. Субъективное интерпретирование ситуации.	2
7.	7.	Информация. Фиксация информации. Стимулирующее воздействие. Вовлеченность. Категоризация. Я-образ.	2
8.	8.	Политико-технологический процесс. Задачи. Порог внимания. Атрибуция. Эмоции. Память.	2
9.	9.	Инициация. Производство информации. Кодирование. Продвижение. Декодирование. Обратная связь.	2
10.	10.	Борьба за внимание общественности. Распространение информации. Элементы процесса коммуникации.	2
11.	11.	Политическая реклама. Классификации политической рекламы. Способы передачи информации. Виды носителей политической рекламы. Достоинства и недостатки носителей политической рекламы.	2
12.	12.	Виды СМИ и их особенности. Информационные потоки и их классификация. Особенности Интернета. Отличия Интернета от традиционных СМИ.	2
13.	13.	Основные задачи управления процессами структуризации. Значимость. Корреляция. Адресные группы. Доступность воздействия.	2
14.	14.	Виды идентичности. Политическая идентичность. Направления формирования политической идентичности.	2
15.	15.	Основные виды массовых мероприятий. Цели массовых мероприятий в политической кампании. Митинги. Шествия. Обеспечение явки на митинги и шествия.	2
16.	16.	Конкурентная политическая среда. Оценка конкурентной политической среды. Сбор и анализ информации о соперниках. Способы снижения негативного воздействия конкурентной среды.	2
17.	17.	Понятие проекта политической кампании. Стратегия политической кампании. Тактика политической кампании.	2
18.	18.	Основные этические проблемы политического управления. Классификация. Характеристики. Хартия «Политические консультанты за честные выборы».	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.
- www.president.kremlin.ru - Официальный сайт Президента РФ
- www.rsnet.ru - Официальная Россия - сервер органов государственной власти РФ
- www.prezident.ru - Официальный блог ПРЕЗИДЕНТ.РУ
- www.duma.gov.ru - Официальный сайт Государственной Думы РФ
- www.mos.ru - Сайт мэрии г. Москвы
- www.rapn.ru – Российская ассоциация политической науки
- www.soiuzpolitolog.ru- сайт Национального Союза Политологов;
- www.edinros.ru - Единая Россия
- www.yabloko.ru - Российская объединенная демократическая партия Яблоко
- www.kprf.ru - КПРФ
- www.ldpr.ru - ЛДПР
- www.spravedlivo.ru – Справедливая Россия
- www.patriot-rus.ru – Патриоты России
- <http://www.pravoedelo.ru> – Правое дело
- www.golos.org - "Голос": Ассоциация некоммерческих организаций в защиту прав избирателей.
- www.nikkolom.ru/book_PK.htm - Электронная книга "Политический консультант в российских избирательных кампаниях"
- www.cpt.ru - Центр политических технологий
- www.indem.ru - Фонд ИНДЕМ
- www.rfsv.ru - Российский Фонд Свободных Выборов
- www.fep.ru - Фонд эффективной политики
- www.asi.org.ru - Агентство социальной информации.
- www.vibory.ru - Независимый институт выборов
- www.roiip.ru - Российский общественный институт избирательного права
- Политические партии и молодежные организации в Европе: <http://home.luna.nl/~benne/pp/eur/index.htm>
- Данные на сайте проекта «Vote Smart»: http://www.vote-smart.org/organizations/POLITICAL_PARTIES
- Компания Klipsan Press. Календарь выборов и электоральные новости со всего мира: <http://www.klipsan.com/elecnews>.
- Европейские сайты о выборах: <http://www.fes.de/election>
<http://www.agora.stm.it/elections/elections/europeanunion.htm> <http://www.uh.edu/~mfrank12EES.htm>
- Данные на сайте New School University (New York). Выборы и голосование: <http://www.newschool.edu/library/polsci.htm>
- Политические партии и движения. Данные электронной библиотеки университета Ватерлоо (Канада): <http://www.lib.uwaterloo.ca/discipline/politic/other.htm>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) Основная литература

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М., 1997.
2. Володенков С. В. Управление современными политическими кампаниями. Учебное пособие для вузов. – М.,: МГУ 2012.

3. Гришин Олег Евгеньевич. Технологии политической рекламы и PR: Учебно методическое пособие / О.Е. Гришин, Э.В. Хачатурова. - М.: АПКИППРО, 2012. - 204 с. - ISBN 978-5-8429-1083-0: 0.00. **(5 экз)** (печатный вид библиотека РУДН).
4. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера ПР. – СПб., 1997.
5. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика: пер. с англ. 8-е изд. М., 2001.
6. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик Рилейшнз. Теория и практика. – М., 2000.
7. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. М., 2001.
8. Королько В.Г. Основы Паблик Рилейшнз. – М.; К., 2000
9. Моисеев В. Паблик рилейшнз как средство социальной коммуникации. Теория и практика. — М., 2002.
10. **Политическая идентичность и политика идентичности: В 2-х т. Т. 1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / Под ред. И.С.Семененко. - М.: РОССПЭН, 2011. - 208 с. - ISBN 978-5-8243-1639-1 (т.1): 0.00. **(1 экз)** (печатный вид библиотека РУДН).**
11. **Попова Ольга Валентиновна. Политический анализ и прогнозирование: Учебник для вузов / О.В. Попова. - М.: Аспект Пресс, 2011. - 464 с. – ISBN 978-5-7567-0621-5: 460.00. **(5 экз)** (печатный вид библиотека РУДН).**
12. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998.
13. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. – М., 2000.

б) Дополнительная литература

1. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика/Пер. с англ. – М., 2002.
2. R. J. Hrebentar, M .J .Burbank, R. C. Benedict. Political Parties, Interest Groups, and Political Campaigns. - Wetreview Press, 1999.
3. Андреева Г.М. Психология социального познания. – М., 1997.
4. Бауман З.. Мыслить социологически. М.: Аспект Пресс, 1996.
5. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. – М., 1996.
6. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? – М.: 1990.
7. Гоулд Ф. Стратегическое планирование избирательной кампании //ПОЛИС, 1993, № 4
8. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учебное пособие для студентов вузов. – М., 2005.
9. Гришина Н.В. Психология конфликта. СПб., 2000.
10. Дж. Тернер. Аналитическое конструирование //THESIS,1994, т.П. вып.4.
11. Дмитриев А. В., Латышев В. В., Хлопьев А. Т.. Неформальная политическая коммуникация. М.,1997.
12. Доценко Е.Л. Психология манипуляции. – М., 1997.
13. Жуков К., Карнышев А. Азбука избирательной кампании. – М., 2001.
14. Забурдаева Е.В. Политическая кампания: стратегии и технологии: Учебник. – М., 2012.
15. Задорожная К.Е. Новое в развитии телерекламы в США (конец 1980-х – начало 90-х годов)//Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика, 1994, № 6.
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. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. – М., 2000.
19. Ковлер А.И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. - М., 1995.
20. Кудинов О.П. Основы организации и проведения избирательных кампаний в регионах России. – Калининград, 2000.
21. Лебедева М.М. Политическое урегулирование конфликтов: подходы, решения, технологии. – М., 1999.

22. Лебедева Т.Ю.. Путь к власти. Франция: выборы президента. М.:Изд-во Моск. ун-та, 1995.
23. Максимов А.. "Чистые" и "грязные" технологии выборов (российский опыт). М.,1999
24. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. – 2-е изд., расш. и доп. – М., 2000.
25. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. – 2-е изд., расш. и доп. – М., 2000.
26. Марков С. PR в России больше чем PR. Технологии и версии. – М., 2001.
27. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. - М., 1999.
28. Недяк И.Л. Политический маркетинг: основы теории. – М., 2008.
29. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. //Антология мировой политической мысли. Т.П. М.,1997.
30. Панарин И.Н. Информационная война и выборы. – М., 2003.
31. Пейн К., Хед К., О'Коннел Ш. Стратегия планирования избирательной кампании. – М., 1994.
32. Политическая реклама. – М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999.
33. Политическая энциклопедия в 2-х томах. М.: Мысль, 1999, т.1.
34. Политические коммуникации: Учеб. Пособие для студентов вузов/Петрунин Ю. и др.; Под ред. А.И.Соловьева. – М., 2004.
35. Политические технологии: Методические материалы. Специальность «Политология». - М.: Издательство РАГС, 2001.
36. Политический имидж: «секреты» манипулирования массовым сознанием. – СПб., 2000.
37. Политический менеджмент: Учебное пособие/Под общ. Ред. В.Жукова, А.Карпова, Л.Лаптева, О.Шаброва. - М., 2004.
38. Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии/Под ред. Л. В. Сморгунова. – СПб., 1999.
39. Политическое консультирование. – М.: Центр Политического консультирования «Никколо М», 1999.
40. Полуэктов В.В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательных кампаниях. – М., 2002.
41. Почепцов Г. Теория и практика коммуникации. М..Центр,1998.
42. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов. – Киев, 1997.
43. **Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарева. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 365 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-02695-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/book/politicheskiy-menedzhment-433036> (электронная библиотечная система Юрайт).**
44. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. Проф .В. С. Комаровского. – М., 2001.
45. **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> (электронная библиотечная система Юрайт).**
46. Слепенков И.М., Аверин Ю.П., Усманов Б.Ф. и др. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты. – М., 1995.
47. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс, 2000.
48. Стратегия планирования избирательной кампании. – М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1999.

49. Технология и организация выборных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. – М., 1993.
50. Туронок, С. Г. **Политический анализ и прогнозирование: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Туронок.** — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 291 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00486-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/book/politicheskiy-analiz-i-prognozirovanie-433035> (электронная библиотечная система Юрайт).
51. Фаер С.А. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы. – СПб, 1998.
52. Фролов С. С. Социология. М.,1996.
53. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. – М., 2000.
54. Шампань П. Двойная зависимость. Несколько замечаний по поводу соотношения между полями политики, экономики и журналистики. //Socio-Logos'96. М.,1996.
55. Шестопад Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х.- М., 2000.
56. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 1980.
57. Щербатых Ю.В. Психология выборов. – М., 2005.
58. Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения. ВЦИОМ,1995, № 2.
59. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М., 1998.

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