

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ

Директор института



*Е.М.Петровичева* Е.М.Петровичева  
» 06 \_\_\_\_\_ 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

г. Владимир  
2021

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** совершенствовать современные теорико-методологические представления связей с общественностью в избирательном процессе, их особенности, овладеть методами, современными технологиями их проведения

### Задачи:

- понимать природу современного электорального процесса;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики избирательных кампаний;
- владеть средствами и методами процесса организации и проведения избирательных кампаний;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения политических избирательных кампаний;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, медийных и других проблем в ходе проведения избирательных кампаний.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Избирательные технологии» относится к части учебного плана ОПОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», формируемой участниками образовательных отношений.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-6. Способен находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы исследования, обобщать информацию.	<p>ПК-6.1. Знать количественные и качественные методы исследования.</p> <p>ПК-6.2. Уметь находить, анализировать и обобщать необходимую информацию.</p> <p>ПК-6.3. Владеть количественными и качественными методами исследований.</p>	<p>Знает количественные и качественные методы исследования.</p> <p>Умеет находить, анализировать и обобщать необходимую информацию.</p> <p>Владеет количественными и качественными методами исследований.</p>	<p>Дискуссии</p> <p>Творческие задания</p> <p>Разбор конкретных ситуаций</p>
ПК-13. Способен применять креативные методы при решении профессиональных задач	<p>ПК-13.1. Знать возможности использования креативных методов при решении профессиональных задач</p> <p>ПК-13.2. Уметь применять креативные методы при решении профессиональных задач</p> <p>ПК-13.3. Владеть креативными методами при решении профессиональных задач</p>	<p>Знает возможности использования креативных методов при решении профессиональных задач</p> <p>Уметет применять креативные методы при решении профессиональных задач</p> <p>Владеет креативными методами при решении профессиональных задач</p>	<p>Тестовые вопросы</p> <p>Практико-ориентированные задания</p> <p>Дискуссия</p>
ПК-18. Способен определять целевые аудитории, их	ПК-18.1. Знать особенности целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий и т.п.	Знает особенности целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий и т.п.	<p>Дискуссии</p> <p>Творческие задания</p>

ценности, ожидания и т.п.	ПК-18.2. Уметь определять целевые аудитории, их ценности, ожидания и т.п. ПК-18.3. Владеть методами определения целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий и т.п.	Умеет определять целевые аудитории, их ценности, ожидания и т.п. Владеет методами определения целевых аудиторий, их ценностей, ожиданий и т.п.	Разбор конкретных ситуаций
---------------------------	---	---	----------------------------

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

##### Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Место и роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда.	8	1-2	2	3		1	4	
2	Избирательные технологии в системе политического PR. Понятие Избирательная кампания и ее место в системе политического PR. Избирательные циклы. Специфика политического PR на разных фазах избирательного цикла.	8	3	1	3		1	4	
3	Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.	8	4	1	4		1	6	
4	Формирование имиджа кандидата как технология. Понятие индивидуального имиджа. Личность как источник имиджеобразующей информации.	8	5	1	3		1	4	
5	Современные избирательные технологии. Роль и место СМИ в избирательных технологиях. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании.	8	6	1	4		1	6	Рейтинг-контроль №1

6	Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.	8	7	1	3		1	4	
7	Стратегия и тактика избирательной кампании. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.	8	8	1	3		1	4	
8	Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы	8	9	1	4		1	5	
9	Избирательные технологии в политическом пространстве современной России. Типология видов избирательных технологий, применяемых в России.	8	10	1	3		1	4	Рейтинг-контроль№2 Рейтинг-контроль№3
Всего за 8 семестр:				10	30			41	Экзамен/27
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине				10	30			41	Экзамен/27

### Содержание лекционных занятий по дисциплине

**Тема 1. Место и роль избирательные технологии в избирательном процессе. Роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, реклама, связи с общественностью.** Роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, реклама, связи с общественностью. Основные понятия и категории избирательных технологий. Четыре основных способа привлечения ресурсов в политической коммуникации агитация, пропаганда, реклама и связи с общественностью.

**Тема 2. Избирательные технологии в системе политического PR. Понятие Избирательная кампания? и ее место в системе политического PR. Избирательные циклы. Специфика политического PR на разных фазах избирательного цикла.** Понятие Избирательная кампания и ее место в системе политического PR. Избирательные циклы. Специфика политического PR на разных фазах избирательного цикла. Понятие избирательной кампании, ее характеристики и значение. Виды избирательных кампаний: достоинства и недостатки. Факторы, влияющие на выбор вида избирательной кампании. Особенности избирательной кампании в российских условиях (региональный аспект)

**Тема 3. Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.** Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные,

интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы. Методы их формирования ресурсов избирательной кампании.

**Тема 4. Формирование имиджа кандидата как технология. Понятие индивидуального имиджа. Личность как источник имиджеобразующей информации. Понятие индивидуальный имидж. Личность как источник имиджеобразующей информации. Понятие личный имидж. Индивидуальный имидж кандидата, направленный на его восприятие электоратом. Понятие публичный имидж. Личный и публичный имидж: единство, взаимосвязь, специфика. Технологии создания имиджа публичного политика, и его продвижение. Индивидуальный имидж кандидата в политическом измерении**

**Тема 5. Современные избирательные технологии. Роль и место СМИ в избирательных технологиях. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании. Роль и место СМИ в избирательных технологиях. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании. Электронные СМИ как механизм формирования общественного мнения**

**Тема 6. Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов. Специфика, виды и примеры грязных избирательных технологий в СМИ. Противодействие грязным избирательным технологиям. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Характерные признаки манипуляции. Тактика подставной кандидат? Способы фальсификации результатов выборов: хоровод, карусель. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.**

**Тема 7. Стратегия и тактика избирательной кампании. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний. Определение терминов стратегия и тактика. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий в СМИ. Гендерные и возрастные особенности голосования. Влияние социального окружения. Воздействие политический изменений на поведение избирателей. Влияние особенностей политического транзита на электоральное поведение. Электоральное поведение в РФ, региональные особенности. Определение темы избирательной кампании. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний: шестиэтапная модель планирования и проведение кампании по RACE-формуле. SWOT анализ.**

**Тема 8. Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ: типы СМИ и их влияние на общественность. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Новость и акция, средства создания известности. Взаимодействие с журналистами, методы работы. Личные встречи кандидата с избирателями: формирования команды, на что необходимо обратить внимание при выборе места и времени для встречи, технология стоптанные башмаки, хождение в народ. Агитационная работа в штабе: прием избирателей в общественной приемной, правила и особенности агитационных мероприятий по телефону.**

**Тема 9. Избирательные технологии в политическом пространстве современной России. Типология видов избирательных технологий, применяемых в России. История внедрения избирательных технологий в политический процесс России. Политическое манипулирование в**

современной России. Типология видов избирательных технологий, применяемых в России, и их особенности. Применение избирательных технологий в России на субъектном уровне.

## **Содержание практических занятий по дисциплине**

### **Практическое занятие № 1.**

Место и роль избирательные технологии в избирательном процессе. Роль избирательных технологий в избирательном процессе. Общая характеристика избирательных технологий. Базовые понятия: агитация, пропаганда, реклама, связи с общественностью.

#### **ПЛАН**

1. Использование технологий в избирательном процессе.
2. Характерные признаки избирательных технологий.
3. Категории избирательных технологий.
4. Какие четыре базовых понятия существуют для привлечения ресурсов политической коммуникации?

### **Практическое занятие № 2.**

Избирательные технологии в системе политического PR. Понятие Избирательная кампания? и ее место в системе политического PR. Избирательные циклы. Специфика политического PR на разных фазах избирательного цикла.

#### **ПЛАН**

1. Понятие и виды избирательных кампаний, их место в системе политического PR.
2. Концептуально-системный подход к избирательным процессам.
3. Избирательные кампании, как часть общеполитических процессов.
4. Особенности региональных избирательных кампаний РФ.

### **Практическое занятие № 3.**

Ресурсное обеспечение деятельности в сфере избирательных технологий. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.

#### **ПЛАН**

1. Виды ресурсов избирательной кампании.
2. Методы формирования ресурсов избирательной кампании.
3. Правовое регулирование проведения избирательной кампании.
4. Этические нормы и принципы в деятельности политконсультанта.
- 5.

### **Практическое занятие № 4.**

Формирование имиджа кандидата как технология. Понятие индивидуального имиджа. Личность как источник имиджеобразующей информации.

#### **ПЛАН**

1. Понятие, специфика и роль индивидуального имиджа, как источника информации.
2. Определение, сущность и роль публичного имиджа в политическом измерении.
3. Технологии создания и продвижения имиджа политика.

### **Практическое занятие № 5.**

Современные избирательные технологии. Роль и место СМИ в избирательных технологиях. Политический Интернет: понятие, функции, структура. Особенности СМИ как средство связи с общественностью в рамках избирательной кампании.

#### **ПЛАН**

1. Политический Интернет: понятие, функции, структура.
2. Избирательные интернет-технологии: тенденции и проблемы развития.
3. Интернет-технологии в российских избирательных кампаниях.
4. Электронные СМИ как механизм формирования общественного мнения

### **Практическое занятие № 6.**

Некорректные избирательные технологии. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.

#### **ПЛАН**

1. Специфика грязных избирательных технологий в СМИ.
2. Использование некорректных избирательных технологий в российской электоральной практике.
3. Манипуляции в избирательной кампании.
4. Фальсификация в избирательной кампании

### **Практическое занятие № 7.**

Стратегия и тактика избирательной кампании. Определение целей избирательной кампании. Направления информационно-аналитического обеспечения кампании. Выделение целевых групп избирателей. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний.

#### **ПЛАН**

1. Стратегия избирательной кампании.
2. Тактика избирательной кампании.
3. Выделение целевых групп избирателей.
4. Электоральное поведение в РФ (региональные особенности).
5. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий в СМИ.
- 6.

### **Практическое занятие № 8.**

Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы.

#### **ПЛАН**

1. Виды раздаточного материала. Особенности его составления.
2. Информационные и листовочные войны.
3. Функции спич-райтера и текс-райтера.
4. Новостной менеджмент. Формы и методы взаимодействия с журналистами.
5. Предвыборная реклама в СМИ.
- 6.

### **Практическое занятие № 9.**

Реализация предвыборной кампании. Составление раздаточного материала, листовочная война: виды и содержание печатной продукции. Предвыборная реклама в СМИ. Основы анализа при медиапланировании. Новостной менеджмент. Взаимодействие с журналистами, методы работы.

#### **ПЛАН**

1. Избирательный процесс в современной России.
2. Развитие рынка политического консалтинга в России.
3. Особенности проведения региональной избирательной кампании.
4. Социологические и законодательно-правовые аспекты в избирательном процессе России

### **5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

#### **5.1 Текущий контроль успеваемости.**

### **Рейтинг-контроль №1**

#### **Тест.**

1. Конкретные пути и способы достижения электоральных целей с определением конкретных

исполнителей и сроков-это

- 1) стратегия избирательной кампании
- 2) тактика избирательной кампании
- 3) план избирательной кампании
- 4) сегментирование избирательной кампании

2. Совокупность приемов и методов, направленных на оптимизацию достижения стратегических целей избирательной кампании-это

- 1) грязные технологии
- 2) избирательные технологии
- 3) политические технологии
- 4) манипулятивные технологии

3. Управление общественным мнением и изменение отношения целевых групп к политическому явлению с помощью СМИ, называется

- 1) директ-маркетинг
- 2) паблик рилейшнз
- 3) политической рекламой
- 4) избирательные технологии

4. Убеждение целевых групп в достоинствах политического субъекта и побуждение их к выбору с использованием СМИ-это

- 1) директ-маркетинг
- 2) паблик рилейшнз
- 3) политическая реклама
- 4) избирательные технологии

5. Какую функцию выполняет политическая реклама?

- 1) социальную
- 2) коммуникативную
- 3) политическую
- 4) общественную

6. Определите самый доступный вид источника информации

- 1) средства массовой информации
- 2) профессиональные источники
- 3) пресс-релизы

4) статистические данные

7. Платное, неличное обращение, побуждающее представителей целевых групп к выбору кандидата или партии, с использованием СМИ-это

- 1) политическая реклама
- 2) политическая пропаганда
- 3) политическая коммуникация
- 4) политическое сообщение

8. Кто реализовывает избирательные технологии?

- 1) население
- 2) журналисты
- 3) имиджмейкеры
- 4) стилисты

9. Избирательные технологии направлены на

- 1) руководителей
- 2) население
- 3) средства массовой информации
- 4) кандидатов

10. Что является основным инструментом избирательных кампаний?

- 1) выступления кандидатов
- 2) политическая реклама
- 3) дебаты
- 4) буклеты

## **Рейтинг-контроль № 2**

### **Тест.**

1. Целью осуществления избирательных технологий является?

- 1) проведение выборов
- 2) узнаваемость кандидата или партии
- 3) победа на выборах
- 4) политический маркетинг

2. Какой международный документ определяет международные стандарты избирательных технологий?

- 1) Всеобщая декларация прав человека

- 2) Декларация о критериях свободных и справедливых выборов
- 3) Устав ООН
- 4) Международный договор о сотрудничестве в области ПР

3. В работах какого автора современности заложены основы избирательных технологий?

- 1) А. Токвиль
- 2) С.Файер
- 3) А. Маслоу
- 4) Р. Барт

4. Основой реализации избирательных технологий является

- 1) отраслевой стержень кандидата
- 2) проблемы избирателей
- 3) доступ к СМИ
- 4) определенная аудитория избирателей

5. Для эффективной реализации избирательных технологий важно

- 1) определить подходящие группы избирателей
- 2) найти необходимое финансирование
- 3) определить микрорайон для агитации
- 4) качественно распространить агитационную продукцию

6. Какую роль в избирательных технологиях играет имидж кандидата?

- 1) маловажную, незначительную роль
- 2) важную роль на начальном этапе
- 3) на протяжении всей кампании играет важную роль
- 4) важную роль только в день голосования

7. С точки зрения формирования имиджа наиболее значительной чертой для выборов, является

- 1) внешний вид
- 2) образование
- 3) достаток
- 4) здоровье

8. Влияющим фактором на выбор граждан, является

- 1) внешность

- 2) голос
- 3) предвыборная программа
- 4) принадлежность к политической партии

9. С помощью какого элемента создается максимальное представление о кандидате?

- 1) предвыборная программа
- 2) предвыборная агитация
- 3) агитационные буклеты
- 4) имидж

10. Как называется короткий девиз избирательной кампании?

- 1) программа
- 2) лозунг
- 3) слоган
- 4) цель

### Рейтинг-контроль № 3

#### Тест.

1. Элемент избирательных технологий обозначающий позицию кандидата в политическом поле?

- 1) реклама
- 2) лозунг
- 3) слоган
- 4) программа

2. Основной целью использования социологические исследования на выборах является

- 1) выявить сторонников
- 2) определить конкурентов
- 3) сбор информации о комплексе проблем и предпочтений избирателей
- 4) о политических предпочтениях избирателей

3. Проведение предвыборной агитации запрещается:

- 1) только в день голосования;
- 2) в день голосования и в предшествующий ему день
- 3) за неделю до дня голосования и в день голосования
- 4) за 10 дней до голосования

4. За счет каких средств осуществляется финансирование деятельности избирательных комиссий связанной с подготовкой и проведением выборов депутатов Государственной Думы:

- 1) за счет средств федерального бюджета
- 2) за счет средств региональных бюджетов
- 3) за счет средств федерального и регионального бюджетов
- 4) за счет средств политических партий

5. Кандидаты обязаны создавать собственные избирательные фонды для финансирования своей избирательной компании в период:

- 1) после письменного уведомления избирательной комиссии
- 2) после их регистрации
- 3) после назначения даты выборов
- 4) после подачи заявления в избирательную комиссию

6. Каждый избиратель, участник референдума вправе голосовать:

- 1) только лично при предъявлении паспорта
- 2) лежащим больным можно по телефону;
- 3) за других избирателей по доверенности;
- 4) на дому, если у него нет времени прибыть в помещении для голосования.

7. Сложностью применения на выборах технологии «прямой рассылки» является

- 1) большое количество конвертов
- 2) актуальные базы данных
- 3) проникновение в подъезды
- 4) большие финансовые затраты

8. От избирательных технологий не зависит

- 1) количество граждан на избирательном участке
- 2) количество проголосовавших
- 3) количество не пришедших на избирательные участки
- 4) количество бюллетеней в урне

9. Максимальная эффективность распространения агитационных листовок достигается в

- 1) органах государственной власти
- 2) в детских учреждениях
- 3) в социальных учреждениях
- 4) в молодежных учреждениях

10. Какие характеристики являются самыми влиятельными при формировании выбора

- 1) партийность
- 2) демографические характеристики
- 3) личные характеристики
- 4) профессиональные характеристики

## 5.2 Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины- экзамен

### Примерные вопросы для экзамена

1. Основные понятия и категории избирательных технологий.
2. Основные способы привлечения ресурсов в политической коммуникации - агитация, пропаганда, реклама и связи с общественностью.
3. Понятие "избирательной кампании", ее характеристики и значение.
4. Виды избирательных кампаний: достоинства и недостатки.
5. Факторы, влияющие на выбор вида избирательной кампании.
6. Особенности избирательной кампании в российских условиях (региональный аспект).
7. Избирательные технологии как воплощение информационного воздействия.
8. Маркетинговые и не маркетинговые технологии в избирательных кампаниях.
9. Решение электоральных задач при использовании наработанных приемов организации и проведения избирательных кампаний.
10. Теоретическая и практическая роль "серых кардиналов" и лидеров мнений в ходе реализации избирательных технологий в рамках выборной кампании.
11. История создания профессионального рынка деятельности по организации и проведению избирательных кампаний.
12. Виды ресурсов избирательной кампании: финансовые, временные, интеллектуальные, организационные, информационные ресурсы.
13. Методы формирования ресурсов избирательной кампании.
14. Стратегия и тактика избирательной кампании.
15. Легенда кандидата. 16. Определение целей избирательной кампании.
17. Выделение целевых групп избирателей.
18. Гендерные и возрастные особенности голосования. Влияние социального окружения. Воздействие политических изменений на поведение избирателей.
19. Электоральное поведение в РФ, региональные особенности.
20. Определение темы избирательной кампании.
21. Разработка комплекса коммуникативных мероприятий.
22. Классические модели планирования и проведения избирательных кампаний: шестиступенчатая модель планирования и проведение кампании по RACE-формуле.
23. SWOT - анализ при выборе стратегии.
24. Предвыборная работа с элитами.
25. Разработка лозунга кампании: главная идея, воплощенная в лозунге, идеологемы для конструирования лозунга.
26. Общие правила и особенности составления биографии кандидата.
27. Предвыборные структуры, организация выборного штаба кандидата, типы и функции сотрудников штаба.
28. Составление паспорта округа. Методы выявления острых проблем электората.
29. Составление раздаточного материала, "листовочная война": виды и содержание печатной продукции.
30. Предвыборная реклама в СМИ: типы СМИ и их влияние на общественность. Основы анализа при медиапланировании.
31. Новостной менеджмент. Новость и акция - средства создания известности.
32. Взаимодействие с журналистами, методы работы.
33. Личные встречи кандидата с избирателями: формирования команды.

34. Агитационная работа в штабе: прием избирателей в общественной приемной, правила и особенности агитационных мероприятий по телефону.
35. Специфика, виды и примеры "грязных" избирательных технологий. Противодействие "грязным" избирательным технологиям.
36. Манипуляция и фальсификация в избирательной кампании: способы и приемы. Характерные признаки манипуляции.
37. Влияние некорректных избирательных технологий на становление института выборов.
38. Подготовка ко дню голосования, правила проведения инструктажа и учебы наблюдателей. Подготовка мер быстрого реагирования.
39. Работа на избирательном участке наблюдателей и членов избирательных комиссий, обязанности наблюдателя на избирательном участке и его реакция на нарушения.
40. Правила подсчета голосов после закрытия избирательного участка, сведение результатов в протоколы.
41. Документы для наблюдателя: памятка наблюдателя, рабочий блокнот наблюдателя

### **5.3. Самостоятельная работа обучающегося**

#### **Основные вопросы для самостоятельной работы**

##### **Темы рефератов:**

1. История выборов в России.
2. Место и роль выборов в условиях различных политических режимов.
3. Становление и тенденции современного развития политической рекламы
4. Современные рекламные технологии, их влияние на политический процесс
5. Политическая реклама на выборах в современной России
6. Избирательные системы современности, сравнительный анализ
7. Особенности участия партий в избирательном процессе.
8. Сущность, цели и основные этапы избирательной кампании
9. Технологии избирательной кампании в современной России
10. Особенности избирательных кампаний различного уровня и масштаба.
11. Влияние менталитета граждан РФ на реализацию избирательных кампаний.
12. Ресурсы избирательной кампании
13. Имидж кандидата в избирательной кампании и особенности его формирования.
14. Стратегия избирательной кампании и ее основные составляющие.
15. Основные задачи финансового обеспечения избирательной кампании.
16. Административный ресурс и его роль в российских избирательных кампаниях.
17. Особенности избирательных технологий в Интернете.
18. Роль СМИ в результатах голосования в России.
19. Особенности российской демократии в избирательных процессах.
20. Анализ нормативного регулирования избирательных компаний в РФ

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
<b>Основная литература</b>		
Тавокин, Е. П. Политическое управление : учеб. пособие / Е.П. Тавокин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 209 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/20878. - ISBN 978-5-16-012198-7	2019	<a href="https://znanium.com/catalog/product/988358">https://znanium.com/catalog/product/988358</a>
Бендюрина, С. В. Конституционное право России : учебник для бакалавров / С. В. Бендюрина, М. В. Гончаров, Д. М. Евстифеев ; отв. ред. А. Н. Кокотов, М. С. Саликов. - Москва : Норма : ИНФРА-М, 2021. - 448 с. - ISBN 978-5-91768-510-6	2021	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1831634">https://znanium.com/catalog/product/1831634</a>
Гринберг, Т.Э. Политические технологии : учеб. пособие для студентов вузов / Т.Э. Гринберг. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. - 272 с. - ISBN 978-5-7567-0952-0.	2018	<a href="http://znanium.com/catalog/product/1039448">http://znanium.com/catalog/product/1039448</a>
Гаман-Голутвина, О. В. , Современная политическая наука : Методология : Научное издание / Отв. ред. О. В. Гаман-Голутвина, А. И. Никитин. - 2-е изд. , испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2019. - 766 с. - ISBN 978-5-7567-1008-3	2019	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710083.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710083.html</a>
Абаева, Е. А. Конституционное право Российской Федерации в схемах и таблицах : учебное пособие / Абаева Е. А. - Москва : Проспект, 2018. - 144 с. - ISBN 978-5-392-27146-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL :	2018	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392271467.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392271467.html</a>
<b>Дополнительная литература</b>		
Сморгунов Л.В., Российская политическая наука: Идеи, концепции, методы / Сморгун Л.В. - М. : Аспект Пресс, 2015. - 375 с. - ISBN 978-5-7567-0814-1 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента"	2015	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708141.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708141.html</a>
Избирательное право: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030501 "Юриспруденция" / Под ред. Гасанов К.К., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 655 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01663-4	2015	<a href="http://znanium.com/catalog/product/872658">http://znanium.com/catalog/product/872658</a>
Избирательное право и избирательный процесс в РФ: Курс лекций / Головин А.Г. - М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-91768-673-8	2016	<a href="http://znanium.com/catalog/product/526413">http://znanium.com/catalog/product/526413</a>
Пинкин В.И., Социально-политические системы стран Европы : учебно- методическое пособие для студентов вузов / Пинкин В.И. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - 246 с. - ISBN 978-5-7782-3201-3	2017	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232013.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232013.html</a>
Забурдаева Е.В., Политическая кампания. Стратегии и технологии : Учебник / Забурдаева	2017	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706475.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706475.html</a>

Е.В. - М. : Аспект Пресс, 2017. - 343 с. - ISBN 978-5-7567-0647-5 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]:		
---	--	--

## **6.2. Интернет-ресурсы:**

1. [www.izbass.ru](http://www.izbass.ru)-Избирательная ассоциация политтехнологов.
2. [www.cikrf.ru](http://www.cikrf.ru)-Официальный сайт Центральной избирательной комиссии РФ
3. [www.izbiratel.ru](http://www.izbiratel.ru)-Электронный журнал о выборах
4. [www.polittechnologi.ru](http://www.polittechnologi.ru)-сайт политических технологий

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

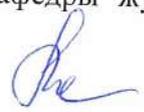
Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил старший преподаватель каф. ЖРСО Никешин А.А. 

Рецензент руководитель пресс-службы ВПО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

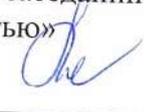
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.21 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 11 от 18.06.21 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1-1 от 21.06.22 года

Заведующий кафедрой *Степанов* *Самсонова* *И.В.*

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_