

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Нигматуллина Танзиля Алтафовна

Должность: Директор

Дата подписания: 11.02.2025 15:33:40

Уникальный программный ключ:

72a47dc0e774419abc42366ed030bf219f69a



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Образовательное учреждение профсоюзов
высшего образования
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ
ОТНОШЕНИЙ»**



**БАШКИРСКИЙ ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ (филиал)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.20 ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Направление подготовки

41.03.04 Политология

(код и наименование направления подготовки)

Профиль (программа) подготовки

Политология

(направленность (профиль) (уровень бакалавриата))

Квалификация выпускника

Бакалавр

1. Целью дисциплины является:

• *развитие универсальных компетенций:*

– Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

Индикаторы достижения

УК-3.1. Понимает требования ролевой позиции в командной работе и эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.

УК-3.2. Определяет свою роль в команде, эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи.

– Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9);

Индикаторы достижения

УК-9.1. Обладает знаниями о базовых принципах функционирования экономики и экономического развития, целях и формах участия государства в экономике

УК-9.2. Воспринимает и анализирует, критически оценивает информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений

• *формирование общепрофессиональных компетенций:*

– Способен участвовать в организационно-управленческой деятельности и исполнять управленческие решения по профилю деятельности (ОПК-6);

Индикаторы достижения

ОПК-6.1. Знает организационную структуру системы органов государственной власти и управления Российской Федерации; международных и внутрироссийских организаций, а также неправительственных структур.

ОПК-6.2. Выполняет базовые функции сотрудников младшего звена в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ.

ОПК-6.3. Знает основы организационной культуры: ценности, нормы, принципы деятельности организаций политической направленности, правила поведения, коммуникации, язык и стиль общения в деловой среде.

ОПК-6.4. Составляет официальную документацию различных видов по профилю деятельности (соглашения, договоры, программы визитов и пр.) в соответствии с поставленным заданием. ОПК-6.5. Работает с корпоративной системой документооборота, в том числе электронного.

– Способен составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности (ОПК-7);

Индикаторы достижения

ОПК-7.1. Составляет отчетную документацию по итогам профессиональной деятельности в соответствии с установленными правилами и нормами.

ОПК-7.2. Готовит и представляет сообщения перед целевой аудиторией по широкому кругу общественно-политических сюжетов, в том числе с использованием мультимедийных средств.

- *формирование профессиональных компетенций:*

- Способен применять политологические доктрины и теории для анализа политологических проблем и разработки практических рекомендаций (ПК-1);

Индикаторы достижения

ПК-1.1. Применяет ключевые политологические понятия и категории к анализу конкретной социально-политической ситуации.

ПК-1.2. Выявляет основные допущения и ограничения политологических теорий и концепций к конкретной социально- политической ситуации.

ПК-1.3. Применяет основные положения политологических теорий для выработки практических рекомендаций.

- Способен работать в рамках политологического (политического) проекта в качестве исполнителя и руководителя нижнего звена ПК-3

Индикаторы достижения

ПК-3.1. Выполняет организационно-технические функции и вспомогательные задачи (сбор и систематизация необходимой информации, анализ исходных данных, оформление предварительной заявки, включая технические задания для исполнителей) в ходе реализации политологического (политического) проекта под руководством опытного специалиста.

ПК-3.2. Принимает участие в разработке плана реализации политологического (политического) проекта, с последующей оценкой ожидаемого результата проекта и затрачиваемых ресурсов.

ПК-3.3. Готовит пояснительные записки в процессе реализации политологического (политического) проекта.

ПК-3.4. Готовит отчетную документацию по итогам реализации проекта, участвует в защите политологического (политического) проекта.

2. Трудоемкость учебной дисциплины зафиксирована учебным планом соответствующей основной профессиональной образовательной программы, выражается в зачетных единицах. Одна зачетная единица равна 36 академическим часам продолжительностью 45 минут (27 астрономическим часам по 60 минут) и включает часы контактной работы и часы самостоятельной работы студента, в том числе часы, отводимые на процедуры контроля и подготовку к ним.

3. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю и основные модели современных политических практик;
- определение политического менеджмента, основные категории и понятия политического менеджмента;
- основные теоретические подходы к политическому менеджменту или политическому управлению;
- основные методы политического управления;
- особенности политического менеджмента в современной России;

- отличительные особенности избирательных кампаний разных уровней;
- процедуру принятия политических решений;
- принципы политики в современной России.

Уметь:

- использовать методы современной политической науки и политического анализа;
- работать с литературой по проблемам политического менеджмента;
- выявлять принципы управления политическими процессами
- определять наиболее адекватную для конкретной политической ситуации стратегию политического менеджмента;

Владеть:

- способностью использовать теоретические знания в политологии на практике;
- навыками политического консалтинга;
- способностью к участию в организации управленческих процессов в органах власти в аппарате политических партий и общественно-политических объединений, органах местного самоуправления;
- способностью к использованию методов политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Политический менеджмент» относится к обязательной части учебного плана.

5. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Тема 1. Политический менеджмент как дисциплина.	Управление как важная черта политической жизни общества. Проявление управления как субъект-объектных отношений в политике: государственное управление, управление государством и политическими организациями, политический менеджмент. Отличительные черты политического менеджмента. Цели и задачи политического менеджмента. Политические технологии, как средство политического менеджмента. Факторы, влияющие на возрастание роли политического менеджмента в современной политической жизни: демократизация сознания и общества, введение всеобщего избирательного права, расширение числа участников политического процесса, развитие электронных средств массовой информации. Виды политического менеджмента: политический имиджмейкинг, электоральный менеджмент, политический брендинг, регулирование политических конфликтов,

		лоббистская деятельность, создание союзов, политический PR. Маркетинговый подход в политическом менеджменте. Политический менеджмент как сфера профессиональной деятельности.
2.	Тема 2. Теоретические основы политического менеджмента.	Базовые теории в политическом менеджменте. Теоретические методы: концептуальные (системный, структурно-функциональный, политический подходы) и поведенческие (теория рационального выбора, мотивационная теория, бихевиоризм, когнитивная теория) подходы. Эмпирические методы: количественный (наблюдение, контент-анализ, ивент-анализ, анкетирование) и качественные (case-study, метод «фокус-групп», глубинные интервью) методы. Процесс познания конкретной политической ситуации.
3.	Тема 3. Эволюция политического менеджмента как практики и теории.	Предпосылки возникновения менеджмента. Формирование концепции эффективного менеджмента. Ф. Тейлор и научный менеджмент. В. Вильсон и наука государственного управления. Дихотомии «политика-управление», «владение-управление». Менеджмент в экономической сфере, менеджмент в политической сфере. Бихевиоризм и школа человеческих отношений. Роль человеческого фактора в развитии науки менеджмента. Потребности, мотивации и их использование в развитии менеджмента. Политическая психология как наука о политическом поведении. Г. Лассуэлл и попытка прагматического соединения разных сфер знаний в целостную науку. Выделение политического менеджмента в самостоятельную дисциплину. Политический PR, политическое консультирование, работа в партиях, электоральный менеджмент: как самостоятельные науки, так и части политического менеджмента.
4.	Тема 4. Политические кампании в политическом менеджменте.	Политический менеджмент как целостный процесс. Политическая кампания как набор строго согласованных действий управленческого характера, направленных на достижение заданной цели. Теоретическая модель политической кампании. Внешняя среда политической кампании. Факторы среды иницирующие взаимодействие. Факторы среды вовлекающиеся во взаимодействие. Понятие субъекта политической кампании. Классификация субъектов политической кампании. Субъект управления как команда. Понятие объекта политической кампании. Специфика субъект-объектных отношений в политическом менеджменте.
5.	Тема 5.	Понятие и значение проекта политической кампании.

	<p>Проектирование политической кампании.</p>	<p>Проект как руководство к действию. Основные требования к проекту.</p> <p>Стратегия политической кампании, как система целей и задач, которые необходимо решить субъекту управления. Структура стратегии: политическая цель, управленческие цели, адресные группы, центральная тема убеждающей коммуникации, сюжетные линии, отношения к конкурентам.</p> <p>Ресурсы политической кампании. Людской ресурс. Организационный ресурс. Финансовый ресурс. Фандрейзинг, как важная составляющая политической кампании. Специфика административного ресурса и условия его использования.</p> <p>Тактика политической кампании, как набор приемов, помогающих решить задачу политической кампании. Многообразие тактических приемов. Принципы отбора тактических приемов.</p> <p>План-график политической кампании, как документ. Правила и принципы составления плана-графика.</p>
6.	<p>Тема 6. Управление мотивацией в политическом процессе.</p>	<p>Мотивационная сфера личности и её значение в политическом менеджменте. Понятие «политическое действие». Многообразие политических действий.</p> <p>Основные направления использования мотивации политического поведения. Теория потребностей А. Маслоу. Диспозиционные теории личности. Теория рационального выбора.</p> <p>Когнитивная модель мотивации политического действия. Внутренняя и внешняя информация. Внимание. Категоризация и атрибуция. Понимание и опознание информации и мотива. Нерациональные и рациональные политические действия. Понятие когнитивного диссонанса. Значение стереотипа.</p> <p>Возможности и ограничения управления мотивацией в политических компаниях.</p> <p>Управление мотивационными процессами как направленное воздействие на мотивационную сферу. Задачи, решаемые при управлении мотивационными процессами в политическом менеджменте. Формирование новых когнитивных структур и активизация уже заложенных когнитивных структур.</p>
7.	<p>Тема 7. Манипуляции в политическом процессе.</p>	<p>Понятие манипуляции. Межличностная и массовая манипуляция. Массовая манипуляция как опосредованная форма манипуляционного воздействия.</p> <p>Объекты и субъекты манипуляции. Качества политика-манипулятора. Тип личности предрасположенный к манипулированию. Жертвы манипуляций. Понятие «психологическая толпа». Место манипуляций в политическом процессе.</p>

		Манипулятивные приемы и уловки. Техника межличностной манипуляции. Язык жестов в политике. «Язык политики» как средство манипуляции. Технологии массовых манипуляций.
8.	Тема 8. Управление процессами коммуникации.	Межличностная и массовая коммуникация. Массовая коммуникация как процесс производства, тиражирования и распространения информации. Причины появления массовой коммуникации. Социальные и психологические функции массовой коммуникации. Значение коммуникации в политическом менеджменте. Рациональная модель коммуникационного взаимодействия. Коммуникатор – субъект коммуникационного взаимодействия. Аудитория – объект коммуникационного воздействия. Осознание и уточнение информации. Кодирование информации. Определение канала информации. Спонтанная коммуникация и её значение в политическом менеджменте. Понятие шумов. Значение шумов в коммуникационном взаимодействии. Основные задачи управления коммуникационными процессами в политическом менеджменте.
9.	Тема 9. Убеждающая коммуникация.	Понятие убеждающей коммуникации и её значение в политическом менеджменте. Виды убеждающей коммуникации. Модульная схема убеждающей коммуникации как концепция продвижения информации в обществе. Центральная тема в информационной кампании. Принципы выбора центральной темы. Сюжетные линии убеждающей коммуникации, как совокупность действий раскрывающих один из аспектов центральной темы. Информационный продукт. Техники убеждающей коммуникации: техники внимания, техники доверия, техники интерпретации, техники подкрепления.
10.	Тема 10. Политическая реклама и политическая пропаганда как средства продвижения информации в политических процессах.	Политическая реклама: подходы к определению. Понятия «реклама», «пропаганда», «информационная война» и «психологическая война»: общее и особенное. К истории политической рекламы. Реклама политическая и коммерческая: соотношение понятий. Типология политической рекламы. Структура и этапы создания политической рекламы. Многообразие форм и видов политической рекламы. Подготовка рекламной кампании. Значение маркетинговых исследований и особенности их проведения. Выявление «адресных групп» и сегментирование рынка. Рекламный продукт как результат творческой активности. «Уникальное политическое предложение». Идентификация

		и позиционирование. Значение и использование рейтинга. Компоненты рекламного продукта: слоган, видеоряд, эмблематика, музыка. Виды рекламного продукта: телевизионная реклама, полиграфия, сувенирная и наружная реклама.
11.	Тема 11. Интернет в политической деятельности.	Интернет как новый канал распространения политической информации в современном обществе. Особенности получения информации по Интернету. Определение аудитории Интернет–пользователей. Особенности трансляции политической информации по Интернету: оперативность, доступность, отслеживание обратной связи, чёткое выделение аудитории, интерактивность. Ограничения при использовании Интернета в политическом менеджменте. Ограниченность аудитории. Информационная перенасыщенность. Отсутствие возможности проверить достоверность информации. Интернет как средство создания информационных поводов.
12.	Тема 12. Лидеры мнения как средство продвижения информации.	Понятие лидера мнения. Пассивные и активные потребители информации. Формирование аудитории лидера мнения. Степень доверия лидерам мнения. Лидер мнения как канал ретрансляции информации. Основные типы лидеров мнения. Эксперты и специалисты в своей области. Люди престижа. Лидеры группового мнения. Особенности передачи информации через лидеров мнения. Люди престижа как особый канал трансляции информации. Особенности использования людей престижа в политической кампании.
13.	Тема 13. Слухи как социально-психологическое явление.	Феномен слухов в обществе. Проблема изучения данного феномена. Понятие слуха. Классификация слухов: экспрессивный и информационный критерий. Искажение информации в процессе циркуляции слухов: сглаживание, заострение, приспособление. Факторы возникновения слухов: фундаментальные и сопутствующие. Интерес к теме и дефицит надежной информации. Личностный статус и эмоциональный баланс. Профилактика и оперативное устранение слухов. Понятие слухоустойчивой среды.
14.	Тема 14. Управление процессами структуризации в политическом менеджменте.	Политическая кампания и процессы структуризации. Социальная структура как сеть упорядоченных и взаимно обусловленных связей между элементами социальной системы. Социальная структура как относительно стабильные социальные позиции. Социальная роль. Значение процессов структуризации в политическом менеджменте. Сегментирование объекта политического управления.

		<p>Основания сегментирования: демографическое, социально-профессиональное, территориально-поселенческое, этническое, имущественное, конфессиональное. Кластерный тип сегментирования. Основные принципы выделения адресных групп.</p> <p>Управление процессами внутренней структуризации. Виды структурных отношений в политических кампаниях. Задачи управления процессами внутренней структуризации.</p>
15.	Тема 15. Формирование политической идентичности.	<p>Понятие идентичности. Личностная и социальная идентичность. Идентичность как фактор, обуславливающий поведение. Идентичность как аффективно-когнитивная структура. Компоненты идентичности.</p> <p>Политическая идентичность. Виды политической идентичности: групповая, референтная, персонифицированная.</p> <p>Основные направления формирования политической идентичности. Вовлечение во взаимодействие. Принцип взаимного обмена. Принцип последовательности. Вовлечение в политическую организацию. Способ «хватай всех» и способ отбора при вовлечении в организацию. Массовые мероприятия как способ формирования идентичности. Разновидности массовых мероприятий.</p>
16.	Тема 16. Организация массовых мероприятий.	<p>Формы проведения мероприятия: образовательные, досугово-развлекательные, общественно-политические.</p> <p>Разработка концепции мероприятия. Разработка сценария мероприятия. План подготовки мероприятия. Учет ресурсов. Взаимодействие с органами государственной власти. Составление бюджета мероприятия. Работа с средствами массовой информации. Технический план подготовки мероприятия.</p> <p>Предварительная PR-кампания: наружная реклама, реклама в СМИ.</p> <p>Проведение мероприятия.</p> <p>Подведение итогов.</p>
17.	Тема 17. Политический имиджмейкинг.	<p>Понятие имиджа и имиджмейкинга. Политический имидж. Имидж как отражение отражения, то есть восприятие искусственного образа. Психологическая природа имиджа. Внешние компоненты имиджа.</p> <p>Технология формирования имиджа. Имидж как необходимая составная часть политического деятеля. Имиджевая стратегия. Поддержание политического имиджа. Имиджевая легенда. Основные типы политического имиджа. Проблема убедительности имиджа. Технологии защиты имиджа.</p>
18.	Тема 18. Конкурентная среда.	<p>Понятие конкурентной политической среды. Причины конкуренции. Конкурентная борьба. Политические</p>

		<p>конфликты. Оценка конкурентной среды. Положение кандидатов в электоральном пространстве.</p> <p>Сбор и анализ информации о соперниках. Основные направления сбора информации. Анализ информации: психологический портрет конкурента, биография соперника, политическая кампания соперника.</p> <p>Основные способы снижения негативного воздействия конкурентной среды. Информационная защита политической кампании. Подготовка к защите образа политика. Контрпропагандистская составляющая политической кампании. Значение компромата в политической борьбе.</p> <p>Управление политической кампанией в условиях кризиса.</p>
19.	Тема 19. Партийный менеджмент.	<p>Структура партии. Организационное построение партии. Первичная организация и работа в ней. Межрегиональное построение партии. Участие членов партии в принятии решений. Бюро партии.</p> <p>Эффективная общественная работа. Акции, воздействующие на общественность. Работа с прессой. Партийная пресса.</p> <p>Привлечение новых членов партии. Прием в партию новых членов. Шефство над новыми членами партии. Создание новой первичной организации.</p> <p>Финансирование партии. Бюджет партии. Членские взносы. Учёт членов партии.</p>
20.	Тема 20. Толпа и закономерности ее поведения.	<p>Понятие толпы. Механизмы формирования и поведения толпы. Циркулярная реакция и коммуникация. Эмоциональное кружение. Эволюционная регрессия.</p> <p>Виды толпы. Окаzionale толпа. Конвенциональная толпа. Экспрессивная толпа. Действующая толпа. Основные свойства толпы.</p> <p>Приемы управления и манипуляции. География толпы: ядро и периферия. Воздействие на толпу извне; воздействие на толпу изнутри. Приемы управления поведением толпы.</p>
21.	Тема 21. Электоральный менеджмент.	<p>Избирательный процесс как направленное воздействие и способ политической мобилизации граждан. Основные виды избирательной кампании. Социокультурные, социально-психологические и правовые условия проведения избирательной кампании. Проблема контроля за финансированием, использованием СМИ и ресурсов административного аппарата.</p> <p>Основные этапы и направления проведения избирательной кампании. Формирование команды и предвыборного штаба. Самооценка ресурсов. Маркетинг предвыборной ситуации. Стратегия и тактика избирательной кампании. Программа кандидата.</p> <p>Аккумуляция различных видов ресурсов. Бюджет</p>

		избирательной кампании. Рекрутирование активистов. Работа со СМИ. Методы мобилизации организаций. Тактика предвыборной борьбы с политическими соперниками. Методы маневрирования. Методы организации событий.
22.	Тема 22. Организация лоббистской деятельности.	Лоббирование как способ давления социальных групп на центры принятия решений (ЦПР) и лиц, принимающих решение, (ЛПР) для принятия решений. Группы давления: их виды, потенциал мобилизации и сферы влияния. Институциональные правила и процедуры лоббирования. Правовые и социокультурные механизмы регулирования лоббистской деятельности. Техника лоббистской деятельности. Основные формы, способы и методы лоббирования. Специфика лоббирования на различных этапах процесса принятия политических решений. Определение точек доступа к ЦПР. Официальные и теневые каналы лоббирования. Технологические цепочки и каналы ресурсообмена. Комбинирование открытых и закрытых, парламентских и внепарламентских способов лоббирования. Мобилизация ресурсов, организация давления и преодоление сопротивления в процессе принятия политических решений.
23.	Тема 23. Технологии политического маневрирования: регулирование политических конфликтов.	Политическое маневрирование в совокупности социально-политических технологий. Понятие политического конфликта и специфика его урегулирования. Типология конфликтов. Культурно-историческая среда и социальные условия возникновения политических конфликтов. Структура политического конфликта. Основные участники политического конфликта. Соотношение сил участников конфликта. Формы и методы борьбы конфликтующих акторов. Основные этапы развития политического конфликта. Уровни динамики социальной напряженности в конфликте. Стратегия и тактика поведения участников политического конфликта. Типы стратегии в политическом конфликте. Анализ цены победы, поражения и согласия. Роль посредника. Методы снижения конфликтности в поведении конфликтующих сторон. Профилактические процедуры и пути предупреждения повторения политических конфликтов.
24.	Тема 24. Технологии ведения политических переговоров.	Переговоры и консультации в политическом менеджменте. Переговоры как форма политического взаимодействия акторов. Типология политических переговоров. Социокультурные и ритуально-символические аспекты организации переговоров. Структура переговорного процесса. Правила игры в процессе политических переговоров. Характеристики

		<p>участников переговорного процесса. Роль третьих сторон, их интересов и действий. Значение медиаторов.</p> <p>Основные фазы проведения политических переговоров: подготовительная фаза, фаза непосредственного ведения переговоров, фаза заключения договоренности, фаза реализации совместного соглашения.</p> <p>Стратегия и тактика поведения участников политических переговоров. Типы переговорных стратегий. Гибкая тактика переговоров. Психологические приемы и эмоциональное манипулирование.</p>
25.	<p>Тема 25. Основные принципы и компоненты организации политического консалтинга.</p>	<p>Политическое консультирование как форма экспертной и социокультурной деятельности. Функции и задачи политического консультирования. Основные правила политического консультирования. Типы и направления политического консультирования.</p> <p>Процесс политического консультирования: основные стадии и организационные компоненты. Политическая аналитика и диагностика. Рекомендации к выработке и принятию решения. Разработка политических технологий. Информационная база политического консалтинга. Структура и организация работы консалтинговых центров. Отношения между экспертом-консультантом и клиентом-заказчиком в политическом консалтинге.</p>
26.	<p>Тема 26. Методика разработки экспертно-аналитических материалов и политических документов.</p>	<p>Практико-политические выводы и рекомендации как результат прикладного исследования политической жизни. Экспертные подготовительные материалы и итоговые политические документы. Цели и задачи политических документов и материалов. Правила и реквизиты подготовки политических документов и материалов.</p> <p>Типы политических документов.</p> <p>Этапы и типы подготовки политических документов и аналитических материалов. Форма подачи документа и оформления аналитического материала. Анонимность и гласность авторства разработчиков документов и материалов. Содержание и характер рекомендаций в экспертном материале.</p>

Рекомендуемая тематика учебных занятий в форме контактной работы:

Рекомендуемая тематика учебных занятий лекционного типа

(предусматривающих преимущественную передачу учебной информации преподавателями):

Тема 1. Политический менеджмент как дисциплина.

Тема 2. Теоретические основы политического менеджмента.

Тема 3. Эволюция политического менеджмента как практики и теории.

Тема 4. Политические кампании в политическом менеджменте.

Тема 5. Проектирование политической кампании.

Тема 6. Управление мотивацией в политическом процессе.

- Тема 7. Манипуляции в политическом процессе.
Тема 8. Управление процессами коммуникации.
Тема 9. Убеждающая коммуникация.
Тема 10. Политическая реклама и политическая пропаганда как средства продвижения информации в политических процессах.
Тема 11. Интернет в политической деятельности.
Тема 12. Лидеры мнения как средство продвижения информации.
Тема 13. Слухи как социально-психологическое явление.
Тема 14. Управление процессами структуризации в политическом менеджменте.
Тема 15. Формирование политической идентичности.
Тема 16. Организация массовых мероприятий.
Тема 17. Политический имиджмейкинг.
Тема 18. Конкурентная среда.
Тема 19. Партийный менеджмент.
Тема 20. Толпа и закономерности ее поведения.
Тема 21. Электоральный менеджмент.
Тема 22. Организация лоббистской деятельности.
Тема 23. Технологии политического маневрирования: регулирование политических конфликтов.
Тема 24. Технологии ведения политических переговоров.
Тема 25. Основные принципы и компоненты организации политического консалтинга.
Тема 26. Методика разработки экспертно-аналитических материалов и политических документов.

Рекомендуемая тематика учебных занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, коллоквиумы и иные аналогичные занятия):

Тема 1: Политический менеджмент как дисциплина

Вопросы для обсуждения:

- Сравнительный анализ основных подходов современной науки об управлении
- Управление и самоорганизация в политике, их функции и взаимодействие
- Стратегии управления в политике (на конкретных примерах и материалах)

Тема 4: Политические кампании в политическом менеджменте

Вопросы для обсуждения:

- Планирование политической кампании

Основные задачи менеджера в организации политической кампании

Тема 5: Проектирование политической кампании

Вопросы для обсуждения:

- Понятие и сущность политического имиджа. Виды и уровни политического имиджа.

- Политический брендинг как технология конструирования политического образа.
- Основные технологии политического брендинга: партийные, государственные, региональные, ребрендинг

Тема 8: Управление процессами коммуникации

Вопросы для обсуждения:

- Тактические политические технологии в управлении политическими кампаниями.
- Стратегические политические технологии в управлении политическими кампаниями.
- Основные технологии PR деятельности.

Требования к самостоятельной работе студентов по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины «Политический менеджмент» направлена на решение следующих задач:

- дать определение политического менеджмента и политического управления;
- рассмотреть основные теоретические подходы к управлению в гуманитарном знании;
- выявить специфику политического менеджмента;
- определить границы управляемости политических процессов;
- рассмотреть основные типы политического менеджмента в условиях современной политики;
- проанализировать специфику политического менеджмента в условиях современной России.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при текущей аттестации студента. При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д. Несомненно, умение анализировать юридические источники, работать с литературой, навыки поиска, обработки и оформления необходимой информации, способность обосновывать собственную позицию помогут студенту в дальнейшей самостоятельной учебной и научной работе.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной

работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

Руководствуясь положениями статьи 47 и статьи 48 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" научно-педагогические работники и иные лица, привлекаемые университетом к реализации данной образовательной программы, пользуются предоставленными академическими правами и свободами в части свободы преподавания, свободы от вмешательства в профессиональную деятельность; свободы выбора и использования педагогически обоснованных форм, средств, методов обучения и воспитания; права на творческую инициативу, разработку и применение авторских программ и методов обучения и воспитания в пределах реализуемой образовательной программы и отдельной дисциплины.

Исходя из рамок, установленных учебным планом по трудоемкости и видам учебной работы по дисциплине, преподаватель самостоятельно выбирает тематику занятий по формам и количеству часов проведения контактной работы: лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, в том числе индивидуальные консультации (по курсовым работам/проектам – при наличии курсовой работы/проекта по данной дисциплине в учебном плане).

Рекомендуемая тематика занятий максимально полно реализуется в контактной работе со студентами очной формы обучения. В случае реализации образовательной программы в заочной / очно-заочной форме трудоемкость дисциплины сохраняется, однако объем учебного материала в значительной части осваивается студентами в форме самостоятельной работы. При этом требования к ожидаемым образовательным результатам студентов по данной дисциплине не зависят от формы реализации образовательной программы.

6. Виды учебной работы по дисциплине зафиксированы учебным планом основной профессиональной образовательной программы по указанному направлению и профилю, выражаются в академических часах.

Часы контактной работы и самостоятельной работы студента и часы, отводимые на процедуры контроля, могут различаться в учебных планах ОПОП по формам обучения.

Объем контактной работы включает часы контактной аудиторной работы (лекции/практические занятия/ лабораторные работы), контактной внеаудиторной работы (контроль самостоятельной работы), часы контактной работы в период аттестации. Контактная работа, в том числе может проводиться

посредством электронной информационно- образовательной среды института с использованием ресурсов сети Интернет и дистанционных технологий.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

основная литература:

Попов Сергей Иванович Политический менеджмент: электоральный менеджмент Российский университет дружбы народов, 2017.

дополнительная литература:

Пушкарева Галина Викторовна Политический менеджмент Юрайт, 2019.

8. Перечень программного обеспечения, информационных справочных систем и интернет - ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

NotebookSoftWare

SmartBoard

Консультант Плюс

9. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дисциплины:

Для проведения занятий лекционного типа используются специальные помещения (учебные аудитории), оборудованные техническими средствами обучения – мультимедийной проекционной техникой.

Лекционные и практические занятия проводятся в аудиториях, оснащенных презентационным оборудованием (компьютер, имеющий выход в Интернет, мультимедийный проектор, экран, акустические системы), доской, рабочими учебными столами и стульями.

При необходимости занятия проводятся в компьютерных классах, оснащенных доской, экраном, рабочими учебными столами и стульями, персональными компьютерами, объединенными в локальные сети с выходом в Интернет, с установленным лицензионным программным обеспечением, с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием (мультимедийный проектор, акустическая система и пр.).

Для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации достаточно специальных помещений (учебных аудиторий), оборудованных специализированной мебелью (для обучающихся) меловой / маркерной доской.

Для организации самостоятельной работы обучающимся предоставляются помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

10. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;

- практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- компьютерные симуляции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- деловые и ролевые игры;
- круглые столы;
- групповые дискуссии и проекты

11. Требования к промежуточной аттестации и оценочные материалы для ее проведения

Промежуточная аттестация выполняется в форме экзамена, зачета без оценки, контрольной работы.

Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в форме вопросов для зачета с оценкой. Примерные вопросы, задания, темы рефератов для проведения промежуточной аттестации по дисциплине и критерии оценивания представлены на сайте (<https://ufabist.ru/sveden/education/eduop/>).

В полном объеме оценочные материалы хранятся на кафедре, реализующей данную дисциплину.

Разработчик:

Старший преподаватель кафедры политологии, истории, теории государства и права Иксанов Р.А.