

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

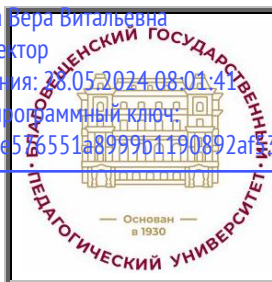
ФИО: Щёкина Гера Витальевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.05.2024 08:01:41

Уникальный программный ключ:

a2232a55157e576551a8999b1190892af3989420420336ffbf573a434e57789



**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования**

«Благовещенский государственный педагогический университет»

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Рабочая программа дисциплины

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан

индустриально-педагогического факультета

ФГБОУ ВО «БГПУ»

Н.В. Слесаренко

«24» марта 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки

38.03.02 – МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

«МАРКЕТИНГ»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Принята на заседании кафедры

экономики и управления

(протокол № 7 от «17» марта 2023 г.)

Благовещенск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1	Пояснительная записка	3
2	Учебно-тематический план	4
3	Содержание дисциплины	6
4	Методические рекомендации (указания) для студентов по изучению дисциплины	7
5	Практикум по дисциплине	9
6	Дидактические материалы для контроля (самоконтроля) усвоенного материала	14
7	Перечень информационных технологий	19
8	Список литературы и электронных ресурсов	19
9	Материально-техническая база	20
10	Лист изменений и дополнений	20

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Основная цель дисциплины заключается в формировании представлений о механизмах политического управления, видах и формах политического менеджмента, особенностях проведения политической кампании.

1.2 Перечень планируемых результатов обучения:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие **общекультурных профессиональных компетенций:**

- способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- способен использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);

Требования к результатам освоения дисциплины:

В процессе изучения дисциплины студент должен:

Знать: основные понятия и законы политического менеджмента и политической психологии; основополагающие механизмы развития политической ситуации; основные параметры политической PR-деятельности в сфере политики.

Уметь: применять в коммуникационном процессе основные знания и умения политической управленческой деятельности; диагностировать политическую ситуацию и устранять или смягчать политические конфликты, проводить мониторинг социально-политических процессов; планировать и проводить избирательные кампании и целевые политические PR-акции.

Владеть: навыками участия в реальной политической управленческой деятельности; приемами и методами убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения; основными методиками создания и поддержания имиджа политического лидера, партии и других политических структур.

1.3 Место дисциплины в структуре ООП. Дисциплина БЗ.ДВ 9 «Политический менеджмент» относится к дисциплинам по выбору профессионального цикла основной образовательной программы подготовки бакалавра по направлению - «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Курс «Политический менеджмент» имеет межпредметные связи с политологией, менеджментом.

1.4 Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 ч.). Программа предусматривает изучение материала студентами дневной и заочной форм обучения на лекциях и практических занятиях. Предусмотрена самостоятельная работа студентов по темам и разделам. Проверка знаний осуществляется фронтально, индивидуально.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
Общая трудоемкость	108	4
Аудиторные занятия	54	
Лекции	26	
Практические занятия	28	
Самостоятельная работа	54	
Вид итогового контроля:		зачет

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ (ОЗО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
Общая трудоемкость	108	7
Аудиторные занятия	14	
Лекции	6	
Практические занятия	8	
Самостоятельная работа	90	
Вид итогового контроля:	4	зачет

2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

(очное отделение)

№ № п/п	Наименование тем	Всего часов	Аудиторные занятия (час.)		Самостоятельная работа
			лекции	практич	
1	Значение политического менеджмента в современном обществе	8	4		4
2	Виды политического менеджмента. Политический менеджер	6		2	4
3	Политический менеджмент как теория и практика	12	4	2	6
4	Политическая кампания как вид управленческих отношений	8		4	4
5	Феномен электората в политическом менеджменте	8	2		6
6	Управление процессами коммуникации	14	4	4	6
7	Убеждающая коммуникация в политическом менеджменте	14	4	4	6
8	Продвижение информации в политических процессах	10	2	4	6
9	Формирование политической идентичности	10	2	2	6
10	Проектирование политической кампании	10		6	6
11	Психология политической власти в политическом менеджменте.	8	4		6
	ИТОГО	108	26	28	54

Учебно-тематический план (заочное отделение)

№	Наименование тем	Всего часов	Аудиторные занятия (час.)		Самостоятельная работа
			лекции	практич	
1	Значение политического менеджмента в современном обществе	10	2		8
2	Виды политического менеджмента. Политический менеджер	10		2	8
3	Политический менеджмент как теория и практика	8			8
4	Политическая кампания как вид управленческих отношений	12	2		10
5	Феномен электората в политическом менеджменте	10		2	8
6	Управление процессами коммуникации	10			10
7	Убеждающая коммуникация в политическом менеджменте	10		2	8
8	Продвижение информации в политических процессах	12	2		10
9	Формирование политической идентичности	10		2	8
10	Проектирование политической кампании	8			8
11	Психология политической власти в политическом менеджменте.	8			8
	ИТОГО	108	6	8	94

Интерактивное обучение по дисциплине «Политический менеджмент»

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма интерактивного занятия	Кол-во часов
1	Значение политического менеджмента в современном обществе	ЛК	Лекция-дискуссия	2
2	Феномен электората в политическом менеджменте	ЛК	Дискуссия	2
3	Продвижение информации в политических процессах	ПР	Коллоквиум	2
4	Формирование политической идентичности	ПР	Деловая игра	4
5	Политический брендинг	ПР	Проектирование	4
6	Проектирование политической кампании	ПР	Анализ кейс-ситуаций	4
	Всего			18/54 (30% в соответствии с п 7.3 ФГОС)

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Значение политического менеджмента в современном обществе.

Предмет изучения политического менеджмента. Цели и задачи политического менеджмента. История возникновения и развития политического менеджмента. Возрастающее значение политического менеджмента в условиях развития современного общества.

Тема 2. Виды политического менеджмента. Политический менеджер.

Политический менеджмент и политический PR: соотношение понятий. Профессиональные виды деятельности в политическом менеджменте. Политический менеджмент и политический маркетинг. Политический менеджмент и политический консалтинг.

Политический менеджмент как профессия. Типы политических менеджеров.

Тема 3. Политический менеджмент как теория и практика.

Специфика научного знания о политическом менеджменте. Структура научного знания о политическом менеджменте. Вопрос о методологическом инструментарии. Теоретические и эмпирические методы политического менеджмента. Процесс познания конкретной политической ситуации.

Тема 4. Политическая кампания как вид управленческих отношений.

Понятие о политической кампании. Внешняя среда политической кампании. Субъект и объект управления в политической кампании. Понятие «команда». Модель политического взаимодействия.

Тема 5. Феномен электората в политическом менеджменте.

Понятие об электорате. Характеристики электората. Сегментация электората. Феномен российского выбора: рациональное и иррациональное в действиях электората. Методы исследования электората.

Тема 6. Управление процессами коммуникации.

Коммуникация в политическом менеджменте. Основные задачи управления коммуникационными процессами. Особенности каналов массовой коммуникации. Манипуляция в политических кампаниях.

Тема 7. Убеждающая коммуникация в политическом менеджменте.

Основные виды убеждающей коммуникации. Модульная схема убеждающей коммуникации.

Техники убеждающей коммуникации (техника внимания, доверия, интерпретации, подкрепления).

Тема 8. Продвижение информации в политических процессах.

Политическая реклама. Средства массовой информации. Политическая реклама в СМИ. Ошибки в работе с политической рекламой. Роль Интернета в продвижении информации. Неформальные коммуникации в политике: феномен слухов. «Грязные» политические технологии. «Черный» PR».

Тема 9. Формирование политической идентичности.

Виды идентичности. Специальные мероприятия. Политический перформанс. Политическая идентичность. Основные направления формирования политической идентичности.

Массовые мероприятия. Политические митинги. Встречи политиков с населением.

Тема 10. Проектирование политической кампании.

Проект политической кампании. Стратегия политической кампании. Ресурсы политической кампании. Политический брендинг. Тактика политической кампании. Планирование политической кампании.

Тема 11. Психология политической власти в политическом менеджменте.

Понятие о политической власти. Психологическое измерение власти. Концепции политической власти. Психологические типологии власти. Психологическое измерение власти.

Литература (основная):

1. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.
2. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_259.html - 23.05.2014

4.МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При работе с настоящей рабочей программой особое внимание следует обратить на задания к каждой теме, на задания для самостоятельной работы. Специфика в изучении раздела № 1 и 3 программы проявляется в актуальности проблематики, связи с событиями, происходящими в современном социально-политическом мире.

Специфика в изучении раздела № 2 проявляется в связи предлагаемой проблематики с темами курса «Политический менеджмент».

Особенность в изучении раздела № 5 проявляется в овладении умениями и навыками определения особенностей электората.

В начале рабочей программы предлагается комплекс лекционных тем и идущих параллельно изучаемому теоретическому материалу практических занятий. Особо обратить внимание на задания для самостоятельной работы по предлагаемым литературным источникам.

Прежде чем приступить к выполнению заданий для самоконтроля, Вам необходимо изучить основные понятия по каждой теме, проанализировать предлагаемый материал.

В процессе освоения дисциплины необходимо регулярно обращаться к списку рекомендованной (основной и дополнительной) литературы, представленной в данной программе.

Рекомендации изучения отдельных тем курса:

При изучении темы № 2 «Виды политического менеджмента. Политический менеджер» особое внимание следует обратить на связь особенностей политического менеджера с качествами менеджера в бизнесе.

При изучении темы № 4 «Политическая кампания как вид управленческих отношений» и темы № 10 «Проектирование политических кампаний» особое внимание следует обратить на особенности проведения каждого вида политических кампаний, на специфику их подготовки.

Советы по подготовке к зачету:

При подготовке к зачету особое внимание следует обратить на следующие моменты:

1. Анализ современной политической управленческой ситуации в мировом пространстве;
2. Особенности убеждающей коммуникации в сфере политического менеджмента;
3. Связь важных моментов политического менеджмента с корневыми психологическими проблемами.

Опыт приема зачета выявил, что наибольшие трудности при проведении зачета возникают по следующим разделам:

- Управление мотивацией в политическом менеджменте;
- Конкурентная среда политического менеджмента

Для того, чтобы избежать трудностей при ответах по вышеназванным разделам, рекомендуем обратить особое внимание на самостоятельную работу студентов с дополнительными источниками по данным темам.

Рекомендации по работе с литературой:

При изучении дисциплины особое внимание следует обратить на следующие литературные источники:

1. Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций/ Под ред. В.Ю. Большакова. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. Ун-та, 2000. – 512с.
2. Ольшанский Д.В. Политическая психология.–СПб,,: Питер, 2002.–576с.
3. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М.: Рефл бук, 2001. – 537 с.

Необходимо обратить внимание на следующие Интернет-ресурсы:

1. evartist.narod.ru
2. izbrass.ru
3. politjournal.spb.ru
4. politpsy.ru
5. politstudies.ru
6. psyfactor.org
7. vciom.ru

Данная рабочая программа должна помочь студентам в организации самостоятельной работы по изучению дисциплин управленческой направленности. Политический менеджмент является сегодня одним из наиболее результативных инструментов управления социально-политическими структурами и процессами, формирования имиджа политического лидера, партии, политического течения и движения. Данный курс базируется на теоретических знаниях политологии, социологии, социальной психологии, менеджмента, и психологии рекламы. Изучение основополагающих тем дисциплины «Политический менеджмент» увеличивает социально-политическую ориентированность подготовки специалистов, закрепляет базовые политологические, социологические и психологические знания, придает прикладную направленность процессу освоения социогуманитарных знаний.

Материалы по подготовке лекционных и практических занятий в программе отрекомендованы по отдельности в соответствии с каждым разделом изучаемой дисциплины: «Введение в политический менеджмент», «Основные профессиональные качества и характеристики менеджера в сфере политической деятельности», «Политическая кампания как вид управленческих отношений», «Коммуникация в сфере политического менеджмента».

В каждом разделе даны:

1. материалы лекционного курса, включающие подробный план лекции по каждой изучаемой теме. К каждому разделу прилагаются вопросы и задания для самостоятельной и творческой работы, список основной и дополнительной литературы;
2. материалы по подготовке практических занятий, содержащие планы проведения занятий с указанием последовательности рассматриваемых тем, задания для самостоятельной работы. Выполнение этих упражнений предоставит студентам возможность более глубокого усвоения материала, применения приобретенных знаний на практике.

Также предоставляется возможность формирования и закрепления у студентов знаний, умений и навыков в сфере политического управления. В частности студенты должны овладеть основными методиками создания и поддержания имиджа политического лидера, партии и других политических структур.

В процессе изучения дисциплины студенты должны проанализировать основные теоретические источники, раскрывающие состояние политического менеджмента в США, странах Западной Европы и в России. Предоставляется возможность овладения навыками проведения диагностики политической ситуации и состояния политической напряженности в обществе и различных социально-политических структурах. Изучение данной дисциплины может помочь в формировании умений принимать управленческие решения в политической сфере, планировать политическую деятельность, включая избирательные кампании, политическое общение, поддержание политических связей и отношений.

В рамках данного предмета студентами изучается эволюция различных взглядов на политический менеджмент, на определение места и роли политического менеджмента в системе управленческих услуг. Кроме этого проводится сравнительный анализ моделей как самого политического менеджмента, так и его разделов. В процессе лекционных, практических занятий, а также самостоятельной работы дается возможность для освоения системы знаний по созданию имиджа публичного политика, политической структуры и навыков формирования таких умений у других.

В программе даются задания, призванные сформировать навыки диагностирования политической ситуации, проведения мониторинга социально-политических процессов. В процессе изучения курса студенты приобретут навыки участия в реальной политической управленческой деятельности, умение их применять в коммуникационном процессе.

Полученные умения проводить анализ теоретического и эмпирического материала, раскрывающего состояние политической системы, организации, явлений и процессов в политической жизни, дают возможность специалистам самим принимать правильные управленческие решения в политической сфере, а также оказывать соответствующие консультационные услуги политическим лидерам и структурам.

В процессе освоения дисциплины необходимо изучить рекомендуемую по каждой теме литературу. Общий список учебной, учебно-методической и научной литературы представлен в отдельном разделе пособия.

5. ПРАКТИКУМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планы семинарских и практических занятий

Семинарское занятие № 1.

Тема: «Политический менеджмент как профессия»

План занятия:

1. Политический менеджмент как профессия.
2. Типы политический менеджеров и консультантов.
3. Методы стимулирования политических менеджеров и консультантов.

Основные понятия: политический менеджмент, политический консалтинг, методы политического менеджмента.

Задания к семинару:

1. Проанализировать условия превращения политического менеджмента в профессию и важнейшие изменения в научном знании («эмпирическая революция»).
2. Рассмотреть типы политических консультантов (по Д. В. Ольшанскому), их особенности.
3. Рассмотреть методы активного стимулирования политических менеджеров и консультантов.

Литература:

1. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – С. 34 – 43.
2. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – С. 22 – 34.
3. Шарков Ф.И. Политический консалтинг. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2005. – С. 12 – 25.

Семинарское занятие № 2.

Тема: «Политический менеджмент как теория и практика Методы политического менеджмента»

План занятия:

1. Теоретические и эмпирические методы политического менеджмента.
2. Процесс познания конкретной политической ситуации.
3. Методы измерения настроений электората.

Основные понятия: классификация методов политического менеджмента, методы исследований в политологии, политическая ситуация, электорат, настроения электората, электоративные ценности.

Задания к семинару:

1. Рассмотреть основные две группы теоретических методов политического менеджмента.
2. Проанализировать количественные и качественные методы. Отметить особенности применения данных методов в сфере политического менеджмента.
3. Рассмотреть вопрос о конструировании политической ситуации. Раскрыть основные этапы конструирования ситуации.
4. Проанализировать метод свободных ассоциаций в политическом менеджменте.
5. Проанализировать метод семантического дифференциала в применении к изучению настроений электората.

Литература:

1. Ефимова Л.А. Рациональные и иррациональные факторы политического выбора в современном российском регионе. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2007. – 247 с. – С. 35 – 41.
2. Лавриненко В.Н. Исследование социально-экономических и политических процессов: учебное пособие для студентов вузов / В.Н. Лавриненко, Л.М. Путилова. – М.: Вузовский учебник: ВЗФЭИ, 2007. – 182 с. – С. 67 – 75.
3. Мангейм Д.Б., Рич Р. Политология. Методы исследования. – М.: Весь мир, 1997. – 542 с. – С. 241 – 255.
4. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – С. 56 – 67.
5. Шестопад Е.Б. Политическая психология. – М.: Инфро – М., 2002.- 448 с. – С. 22 – 29.

Семинарское занятие № 3.

Тема: «Процесс политической кампании» (4 часа)

План занятия:

1. Понятие «команда» в политической кампании. Структура избирательного штаба.
2. Модель политического взаимодействия.
3. Роль имиджа лидера в политическом менеджменте.

Основные понятия: команда политической кампании, предвыборный штаб, политическое взаимодействие, имиджмейкинг, имидж политического лидера, имиджмейкер.

Задания к семинару:

1. Рассмотреть субъект политического управления как «команду». Раскрыть структуру избирательного штаба.
2. Проанализировать модель политического взаимодействия.
3. Проанализировать роль имиджа лидера в политическом менеджменте.

Литература:

1. Кошелюк М.Е. Технологии политических выборов. – СПб.: Питер, 2004. – 239 с. – С. 167 – 177.
2. Политическая имиджелогия / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной и др. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 400 с. – С. 45 – 55.
3. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – С. 78 – 86.
4. Русаков А. Ю. Связи с общественностью в органах государственной власти. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2006. – 224 с. – С. 133 – 139.

Семинарское занятие № 4.

Тема: «Манипуляция в политической кампании» (4 часа)

План занятия:

1. Манипуляция в политической кампании.
2. Манипуляция избирателями.
3. Манипулятивные приемы и уловки (НЛП-техники, специальные уловки).

Основные понятия: манипуляция в политике, НЛП-техника в политическом менеджменте, манипулятивные приемы и ловушки.

Задания к семинару:

1. Рассмотреть проблему манипуляции в политической кампании.
2. Рассмотреть феномен манипулирования избирателями
3. Проанализировать основные манипулятивные приемы и уловки

Литература:

1. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – С. 99 – 120.
2. Шейнов В.П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления людьми. – М.: АСТ, 2005. – С. 77 – 83.
3. Шейнов В.П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления людьми. – М.: АСТ, 2005. – С. 187 – 194.

Семинарское занятие № 5.

Тема: «Техники убеждающей коммуникации в политическом менеджменте»

(4 часа)

План занятия:

1. Техники убеждающей коммуникации.
2. Техника внимания
3. Техника доверия.
4. Техника интерпретации.
5. Техника подкрепления.

Основные понятия: убеждающая коммуникация, техника доверия, техника подкрепления, техника внимания и интерпретации.

Задания к семинару:

1. Рассмотреть проблему техник убеждающей коммуникации в политическом менеджменте.
2. Обозначить основную структуру техник коммуникации.

3. Продумать и привести примеры из социально-политической действительности, когда употребляются техники внимания, доверия, интерпретации, подкрепления.

Литература:

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с. – С. 22 – 34.
2. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М.: Рефл бук, 2001. – 537 с. – С. 343 – 355.
3. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – С. 212 – 223.

Семинарское занятие № 6.

Тема: «Продвижение политической информации» (интерактив 2 часа)

План занятия:

1. Особенности PR технологий на информационном рынке.
2. Информационный повод.
3. Роль Интернета в продвижении политической информации ¹.

Основные понятия: политический PR, политическая информация, политический сайт, информационный повод.

Задания к семинару:

1. Проанализировать особенности PR технологий на информационном рынке России и мира.
2. Привести примеры информационных поводов в мире политических взаимоотношений.

Литература:

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 229 с. – С. 155 – 169.
2. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – М.: Рефл бук, 2001. – 537 с. – С. 433 – 447.

Семинарское занятие № 7.

Тема: «Продвижение политической информации Неформальные коммуникации в политике: феномен слухов»

План занятия:

1. Феномен слухов и его изучение
2. Классификация слухов
3. Искажения в процессе циркуляции слухов
4. Фундаментальные и сопутствующие факторы возникновению слуха
5. Слухоустойчивая среда: профилактика и оперативное устранение слухов

Основные понятия: слухи в политической коммуникации, классификация слухов, профилактика слухов, искажения в процессе коммуникации, циркуляция слухов.

Задания к семинару:

1. Проанализировать феномен слухов в современной действительности.
2. Привести примеры влияния слухов на изменение действительности и взаимоотношений людей.

Литература:

¹ Специальный вопрос для пользователей Интернет. Подразумевает небольшой обзор Интернет-ресурсов, посвященных политическим технологиям, политическому PR и политическому менеджменту.

1. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2001. – 256 с. – С. 29 – 38.
2. Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. – СПб.: Питер, 2004. – С. 54 – 71.

Семинарское занятие № 8.

Тема: «Грязные» политические технологии. «Черный» PR».

План занятия:

1. «Грязные» политические технологии.
2. «Грязные» политтехнологии.
3. Что такое «черный» PR.
4. Противодействие «черному» PR.

Основные понятия: политический PR, «черный PR», «разноцветный PR», «грязные» политтехнологии.

Задания к семинару:

1. Проанализировать феномен «черного» PR.
2. Привести примеры воздействия «черного» PR на действительность.

Литература:

1. Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. – СПб.: Питер, 2004. – С. 39 – 53.
2. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – С. 288 – 311.
3. Цуладзе А.М. Политические манипуляции или Покорение толпы. – М.: Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с. – С. 5 – 12.

Семинарское занятие № 9.

Тема: «Формирование политической идентичности» (интерактив 2 часа)

При подготовке к деловой игре необходимо изучить вопросы:

1. Политическая идентичность.
2. Основные направления формирования политической идентичности (вовлечение во взаимодействие; вовлечение в политическую организацию).
3. Массовые мероприятия (политические митинги; встречи политиков с населением).

Основные понятия: политическая идентичность, массовые политические мероприятия, политическая организация.

Задания к занятию:

1. Спланировать сценарий массового мероприятия, формирующего или корректирующего политическую идентичность.
2. Распределить роли, провести игру, засняв ее на видео.
3. По окончании игры предполагается обсуждение.

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с. – С. 256 – 262.
2. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело. – С. 199 – 217.
3. Шарков Ф.И. Политический консалтинг. – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2005. – 460 с. – С. 342 – 350.

Практическое занятие №1.

Тема: «Проектирование политической кампании Политический брендинг» (интерактив 2 часа)

Основные понятия: бренд, брендинг, политическая и государственная символика, логотип, слоган.

Задание к практическому занятию:

1. Ознакомиться с материалом «Государственная символика России» и «Политическая символика».

2. Разработать:

а. символику вымышленной политической партии;

б. слоган данной политической партии;

в. эмблему или логотип данной партии.

Литература:

1. Серов Н.В. Цвет культуры: психология, культурология, физиология. – СПб.: Речь, 2004. – 672 с. – С. 567 – 574.

Семинарское занятие № 10.

Тема: «Проектирование политической кампании (4 часа) (интерактив 2 часа)

План занятия:

1. Понятие о проекте политической кампании.

2. Стратегия политической кампании.

3. Ресурсы политической кампании.

4. Тактика политической кампании.

5. Проблема планирования политической кампании.

Основные понятия: политическая кампания, политический предвыборный штаб, политические выборные технологии, планирование политической кампании.

Задание к семинару:

1. Проанализировать любую предвыборную кампанию.

2. Сравнить особенности политических кампаний в России и на Западе (в Европе или в США).

Литература:

1. Выборы во всем мире. Электоральная свобода и общественный прогресс: Энциклопедический справочник / Автор-составитель А.А. Танин-Львов. – М.: РОССПЭН, 2001. – 1111 с. – С. 678 – 689.

2. Кошeluk М.Е. Технологии политических выборов. – СПб.: Питер, 2004. – 239 с. – С. 190 – 198.

3. Матвейчев О., Новиков В. Предвыборная кампания: практика против теории. – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2003. – 186 с. – С. 77 – 83.

4. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – 400 с. – С. 344 – 357.

6. ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ (САМОКОНТРОЛЯ) УСВОЕННОГО МАТЕРИАЛА

6.1 Таблица фонда оценочных средств формируемых компетенций образовательной программы

№	Название компетенции	Темы	Примеры оценочных средств
1	способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);	1. Значение политического менеджмента в современном обществе	Подготовка проекта по ребрендингу политической партии (изменению имиджа политического

		2. Виды политического менеджмента. Политический менеджер 3. Процесс политической кампании 6. Управление процессами коммуникации 8. Продвижение информации в политических процессах 9. Формирование политической идентичности 10. Проектирование политической кампании	лидера). Деловая игра на тему: «Наша партия»
2	способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13); -способен использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);	6. Управление процессами коммуникации 8. Продвижение информации в политических процессах 9. Формирование политической идентичности 10. Проектирование политической кампании	Подготовка проекта. Разработка медиаплана политической PR-кампании
3	способность анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13); -способен использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);	2. Виды политического менеджмента. Политический менеджер 7. Убеждающая коммуникация в политическом менеджменте	Диспут по предлагаемым тематикам. Деловая игра «Политический консультант»

6.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, шкалы оценивания

Критерии оценки самостоятельных письменных и контрольных работ

Оценка «отлично» ставится, если студент:

- 1) выполнил работу без ошибок и недочётов;
- 2) допустил не более одного недочёта.

Оценка «хорошо» ставится, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней:

- 1) не более одной грубой ошибки и одного недочёта;

2) или не более двух недочётов.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил в ней:

- 1) не более двух грубых ошибок;
- 2) или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочёта;
- 3) или не более двух-трёх грубых ошибок.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент выполнил менее половины работы или допустил в ней:

- 1) более трёх грубых ошибок.

Критерии оценки устного ответа на семинаре

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умения применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания:

1. Полнота и правильность ответа.
2. Степень осознанности, понимания изученного.
3. Языковое оформление ответа.

Оценка «отлично» ставится, если студент:

- 1) полно излагает материал, даёт правильное определение основных понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только из учебников, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится, если студент:

- 1) даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьёзным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценки тестовых заданий

Перевод тестовых баллов в четырёх балльную шкалу оценок осуществляется по следующей шкале.

Неудовлетворительно	до 60% баллов за тест
---------------------	-----------------------

Удовлетворительно	от 61% до 74% баллов за тест
Хорошо	от 75% до 84% баллов за тест
Отлично	более 85% баллов за тест

6.3 Задания для контроля (самоконтроля) усвоенного материала

1. Составить психологический портрет известного политика.
2. Проанализировать текст выступления двух различных политиков (общественных деятелей) и вычленить применяемые ими средства воздействия на аудиторию
3. Проинтерпретировать динамику рейтингов ведущих политиков за последний год.
4. Провести интервью со сторонниками различных политических партий, выяснить их представления о демократии, свободе, гражданском обществе, политике. Вычленить сходства и различия.
5. Провести интервью с респондентами разного возраста относительно их отношения к участию в выборах, сопоставить результаты.
6. На основании социологических данных проанализировать состав электората какой-либо партии и особенности его социальных установок.
7. Составить примерный перечень тем для предвыборной кампании любой партии (на основании анализа электората этой партии).
8. Выделить среди современных российских и зарубежных политиков наиболее подходящих под понятие «харизматический лидер», обосновать свою точку зрения.
9. Основываясь на теории Н. Макиавелли выделить среди политиков «лисов» и «львов».
10. Посмотреть фильм «Плутводство» («Хвост виляет собакой»), проанализировать его с точки зрения использованных приемов манипуляции.
11. Посмотреть фильм «Кандидат», проанализировать представленный в нем ход предвыборной кампании. Проследить траекторию формирования политического имиджа главного героя.
12. Разработать план интервью для выяснения мотивации голосования за ту или иную партию.
13. Проанализировать предвыборную кампанию какого-либо политика (или политической партии), удачные и неудачные предвыборные действия. Выделить и проинтерпретировать различие между собственной политической и профессиональной позицией.

6.4 Вопросы к зачету

1. Предмет изучения политического менеджмента. Цели и задачи политического менеджмента.
2. История возникновения и развития политического менеджмента. Возрастание роли политического менеджмента в современном обществе.
3. Профессиональные виды деятельности в политическом менеджменте.
4. Политический менеджмент и политический PR: соотношение понятий.
5. Политический менеджмент как профессия. Типы политически менеджеров.
6. Специфика и структура научного знания о политическом менеджменте.
7. Теоретические и эмпирические методы политического менеджмента.
8. Понятие о политической кампании. Внешняя среда политической кампании.

9. Субъект и объект управления в политической кампании. Понятие «команда». Модель политического взаимодействия.
10. Феномен электората в политическом менеджменте. Характеристики электората.
 11. Феномен российского выбора.
 12. Рациональное и иррациональное в действиях электората.
 13. Методы исследования электората.
 14. Основные задачи управления коммуникационными процессами.
 15. Особенности каналов массовой коммуникации.
 16. Манипуляция в политических кампаниях.
 17. Убеждающая коммуникация в политическом менеджменте: основные виды и техники.
 18. Продвижение информации в политических процессах (реклама, СМИ, Интернет).
 19. Виды политической идентичности.
 20. Формирование политической идентичности: основные направления.
 21. Конкурентная политическая среда: сбор и анализ информации о соперниках.
 22. Информационная защита политической кампании.
 23. Контрпропаганда и компромат в политической борьбе.
 24. Проектирование политической кампании.
 25. Стратегии и ресурсы политической кампании.

6.5 Темы рефератов

1. Политический менеджмент в современном мире.
2. История возникновения и развития политического менеджмента.
3. Научное знание о политическом менеджменте.
4. Методы изучения личности политического лидера.
5. Политическая кампания: структура, процесс, этапы.
6. Феномен российского выбора.
7. Типы электората.
8. Коммуникация в политическом менеджменте.
9. Особенности каналов массовой коммуникации в политическом менеджменте.
10. Виды политической рекламы.
11. Неформальные коммуникации в политике.
12. Феномен «черного» PR в политике.
13. Проблема политической идентичности.
14. Психологическое измерение власти.
15. Проблема политической власти.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Информационные технологии – обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам (теоретически к неограниченному объему и скорости доступа), увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля, и мониторинга знаний студентов.

- Университетская электронная система тестирования
- Использование Системы Электронного Обучения СЭО ФГБОУ «БГПУ».
- Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании»
- Электронные ресурсы Научной библиотеки ФГБОУ «БГПУ».
- Мультимедийное сопровождение лекций и практических занятий.

8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

8.1 Основная литература

1. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.
2. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_259.html - 23.09.2014

8.2 Дополнительная литература

1. Выборы во всем мире. Электоральная свобода и общественный прогресс: Энциклопедический справочник / Автор-составитель А.А. Танин-Львов. – М.: РОССПЭН, 2001. – 1111 с.
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
3. Ефимова Л.А. Рациональные и иррациональные факторы политического выбора в современном российском регионе. – Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2007. – 247 с.
4. Кошелоу М.Е. Технологии политических выборов. – СПб.: Питер, 2004. – 239 с.
5. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2001. – 256 с.
6. Максимов А.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов: российский опыт. – М.: Дело, 1999. – 278 с.
7. Мейтус В.В., Мейтус В.Ю. Политическая партия. Менеджмент избирательной кампании. – М.: Ника-центр, 2005. – 120 с.
8. Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М.: Эксмо, 2009, - 640 с.
9. Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной психологии. – СПб.: Питер, 2006. – 192 с.
10. Ольшанский Д.В., Пеньков В.Ф. Политический консалтинг. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
11. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – 544с.
12. Политическая имиджология / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной и др. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 400 с.
13. Политический менеджмент/ Под ред. Жукова В.И., Карпова А.В.. – М.: Изд-во Института психотерапии, 2005. – 944 с.
14. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. – М.: Дело, 2002. – 400 с.
15. Цуладзе А.М. Политические манипуляции или Покорение толпы. – М.: Книжный дом «Университет», 1999. – 144 с.
16. Шарков Ф.И. Политический консалтинг. – М.: Издательский дом «Дашков и К^о», 2005. – 460 с.
17. Шестопап Е.Б. Политическая психология. – М.: Инфро – М., 2002.- 448 с.
18. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Академкнига, 2003.– 595 с.

8.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Журнал «Полис. Политические исследования» [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politstudies.ru/>
2. Портал «Политические науки» [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://political-science.ru>
3. Портал «Политические науки в России и мире» [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.politnauka.org/>
4. Портал «Политология» [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://all-politologija.ru/>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА

Для проведения занятий по дисциплине «Политический менеджмент», предусмотренной учебным планом подготовки бакалавров по направлению 080200–Менеджмент имеется необходимая материально-техническая база, соответствующая действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- учебные аудитории, оснащенные мультимедийными проекторами, маркерными досками для демонстрации учебного материала;
- специализированные компьютерные классы с подключённым к ним периферийным устройством и оборудованием;
- переносные мультимедийные средства, наборы слайдов, дисков и кинофильмов.
- раздаточный материал для проведения лабораторных и практических занятий.

Все это дает студентам возможность осваивать основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования в соответствии с ФГОС и приобретать необходимые для последующей самостоятельной работы компетенции.

10. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ

**Утверждение изменений и дополнений в РПД для реализации в 20__/20__
уч. г.**

РПД обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ уч. г. на заседании кафедры (протокол № __ от «__» ____ 20__ г.).

Разработчик: Ефимова Л.А., доцент кафедры психологии, к. полит. наук.