

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет истории, мировой политики и социологии
Кафедра международных отношений и политологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



В. В. Романов

«21» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.15 Практикум "Технологии избирательной кампании"

Направление подготовки/специальность: 41.03.04 - Политология

Профиль/направленность/специализация: Российская политика

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

Тамбов, 2021

Автор программы:

Кандидат политических наук, Назаров Иван Иванович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 41.03.04 - Политология (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «23» августа 2017 г. № 814).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры международных отношений и политологии «25» декабря 2020 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета истории, мировой политики и социологии, Протокол от «21» января 2021 г. № 4.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	13
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	23
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	25
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	26

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, а также участвовать в проведении политических и избирательных кампаний

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 01 Образование и наука (в сфере научных исследований по тематике политической науки), 07 Административно-управленческая и офисная деятельность (в сферах: урегулирования политических конфликтов и споров с помощью процедуры медиации; администрирования взаимоотношений между органами государственной власти, организаций сферы бизнеса и общественных организаций; политико-управленческой деятельности в политических партиях, международных организациях, общественных институтах, субъектах экономической и образовательной деятельности; организационного и документационного обеспечения управления организацией)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-2 Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, а также участвовать в проведении политических и избирательных кампаний	Анализирует стратегию и тактику избирательных кампаний, а также участвует в их проведении

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способен участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, а также участвовать в проведении политических и избирательных кампаний

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)			
		5	6	7	8

1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Государственная политика и управление"			+	+
2	Государственная политика и управление			+	+
3	Избирательные системы		+		
4	Политическая элитология			+	
5	Политические партии и движения в современной России			+	+
6	Политический менеджмент			+	
7	Профессиональная практика	+		+	
8	Процесс принятия политических решений			+	+
9	Современная российская политика	+	+		

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Практикум"Технологии избирательной кампании"» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 41.03.04 - Политология.

Дисциплина «Практикум"Технологии избирательной кампании"» изучается в 5 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа	46
Лекции (Лекции)	16
Практические (Практ. раб.)	30
Самостоятельная работа (СР)	62
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	

5 семестр					
1	Сущность избирательных технологий.	6	2	6	Собеседование
2	Модели электората и подходы к формированию стратегии	4	2	6	Собеседование
3	Модель доминирующего стереотипа и положительного образа кандидата (партии).	-	4	6	Собеседование
4	Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата (партии).	2	Пп 2	6	Практическое задание для практической подготовки
5	Тактический рисунок избирательной кампании.	2	Пп 4	6	Практическое задание для практической подготовки; Тестирование
6	Агитационно-рекламное направление	2	Пп 4	8	Практическое задание для практической подготовки
7	Организационно-массовое направление.	-	Пп 4	8	Практическое задание для практической подготовки
8	Информационно-аналитическое направление.	-	4	8	Собеседование
9	Юридическое, финансовое и техническое обеспечение избирательной кампании.	-	4	8	Собеседование; Тестирование

Тема 1. Сущность избирательных технологий. (ПК-2)

Лекция.

- 1.1. Предмет избирательных технологий.
- 1.2. Развитие избирательных технологий в России и зарубежный опыт.
- 1.3. Основные понятия и определения.
- 1.4. Ресурсы избирательных кампаний.

Практическое занятие.

Этапы и участники избирательных кампаний.

Политические ориентации избирателей по итогам парламентских выборов 2016 г. в России.

Молодежь и выборы: российская действительность.

Роль СМИ в избирательных кампаниях России.

Легитимные и нелегитимные технологии. Новая парадигма технологизации в XXI веке.

Специфика использования избирательных технологий в настоящее время.

Структура и динамика российского электорального пространства в контексте выборов России 2018 г.

Парламентские выборы 2011 и 2016 гг.: сравнительный анализ.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 2. Модели электората и подходы к формированию стратегии (ПК-2)

Лекция.

- 2.1. Наивные подходы.
- 2.2. Аппаратный подход.
- 2.3. Социально-экономический.
- 2.4. Модель идеального кандидата.
- 2.5. Проблемный подход.
- 2.6. Комплексный подход.
- 2.7. Проблемно-адресный.
- 2.8. Рекламный подход.
- 2.9. Манипулятивные подходы.

Практическое занятие.

Составление паспорта избирательного округа.

Регионы для выполнения работы:

1. Республика Марий Эл;
2. Республика Татарстан;
3. Краснодарский край;
4. Амурская область;
5. Архангельская область;
6. Брянская область;
7. Иркутская область;
8. Калининградская область;
9. Калужская область;
10. Кемеровская область;
11. Костромская область;
12. Пензенская область;
13. Ростовская область;
14. Омская область;
15. Сахалинская область;
16. Смоленская область;
17. Еврейская автономная область;
18. Ленинградская область.

Учтены должны быть следующие параметры:

1. Географические данные:
 - территория;
 - население;

- административно-территориальное деление;
- основные населенные пункты;
- природные ресурсы.

2. Экономика региона:

- общий характер экономики, основные отрасли;
- промышленность и ТЭК;
- агропромышленный комплекс;
- инвестиции.

3. Структура бюджета:

- доходная часть бюджета (размер и основные статьи доходов);
- расходная часть бюджета (размер и основные статьи расходов).

4. Демографические данные:

- доля городского и сельского населения;
- половозрастная структура населения;
- профессиональная структура населения;
- рождаемость и смертность.

5. Социально-экономические показатели:

- уровень занятости;
- средняя зар.плата по региону;
- уровень преступности.

6. Основные политические и общественные организации (наиболее значимые).

- партии;
- НКО;
- общественные организации.

7. Результаты последних выборов главы региона:

- общее число зарегистрированных избирателей;
- результаты последних выборов;
- сравнительный анализ кандидатов по позициям (кратко): биография, подход к проблемам, политический опыт, финансовое обеспечение, агитационная активность.

8. Медиакарта региона.

- печатные СМИ;
- теле- и радио- СМИ;
- интернет СМИ;
- блоги/форумы.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 3. Модель доминирующего стереотипа и положительного образа кандидата (партии). (ПК-2)

Лекция.

Согласно данной модели, при голосовании большинство избирателей делают свой выбор, руководствуясь не столько своими интересами или другими рациональными соображениями, сколько под воздействием одного из типичных стереотипов массового сознания, который оказался доминирующим на момент выбора. Понятно, что разные группы избирателей имеют разные доминирующие стереотипы. Но сам набор таких стереотипов весьма невелик.

Можно выделить две группы доминирующих стереотипов.

Первая группа – ценности и идеалы, связанные в представлении массового избирателя с тем или иным понятным ему образом жизни: «как раньше», «как теперь», «как на Западе». Избирателей, у которых доминируют стереотипы этой группы, можно назвать политически ориентированными. Они голосуют за политические позиции тех кандидатов (партий), которые наиболее точно отражают особо значимые для них базовые ценности.

Вторая группа доминирующих стереотипов – личностные качества кандидата (лидера партии), которые в наибольшей степени соответствуют представлениям избирателей об идеале их избранника: «самый умный», «самый честный», «самый сильный» и т.д. Здесь разные авторы вводят разные номинации стереотипов; вплоть до установления соответствия кандидатов со сказочными персонажами или театральными героями. Эту группу избирателей целесообразно считать личностно ориентированной.

Практическое занятие.

Анализ и составление схематической модели структура российского электората 1993-2020 гг.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 4. Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата (партии). (ПК-2)

Лекция.

- 4.1. Определение положительного образа.
- 4.2. Типовая стратегия отождествления.
- 4.3. Компенсация антиобраза.
- 4.4. Стратегии контрхода.
- 4.5. Тематика кампании.

Практическое занятие.

Анализ предвыборной обстановки избирательного округа.

ПРИМЕР: ПРЕДВЫБОРНАЯ ОБСТАНОВКА ГОРОДА "N"

1. Избиратели.

Выборы в Городскую Думу.

Население Округа – около 40 тыс. чел. Число избирателей – 30 тыс. чел.

Социально-демографические характеристики избирателей по данным паспорта округа:

1. Возраст:

- до 35 лет -31%;
- 35-54 года -38%;
- 55 и старше - 31 %.

2. Пол:

- женщины - 56%;
- мужчины - 44%.

3. Основная сфера занятости:

- рабочие - 35% (из них половина неквалифицированные);
- пенсионеры - 29 %.
- уровень безработицы - 8%.

4. Образование:

- среднее и среднее специальное - 57%;
- высшее -31%.

5. Средний уровень зарплаты порядка 12000 руб. Распределение семей по доходам (на члена семьи):

- до 8000 тыс. руб. - 40 %

- 8000-12000 тыс. руб. - 51 %;
- свыше 12000 тыс. руб. - 9%.

Экономика Города (как и Области в целом) имеет ярко выраженный депрессивный характер. Можно с высокой вероятностью предположить, что доминирующей проблемой избирателей Округа является низкий уровень доходов и отсутствие ощутимой перспективы их повышения. Ожидаемую явку избирателей на выборы предварительно можно оценить не более чем в 35-40%, или 10-12 тыс. избирателей.

Ввиду отсутствия данных о предыдущих голосованиях в Округе судить об электоральных предпочтениях его избирателей затруднительно. Однако, если допустить, что голосования избирателей по Округу мало отличаются от голосований по Области в целом, то по результатам последних федеральных выборов картина электоральных предпочтений является следующей.

- 1) От 20 до 25 % активных избирателей Области (при явке 70 %) достаточно стабильно голосуют за сильную. Это примерно в два раза больше, чем величина базового электората «сильной личности» в целом по России.
- 2) Электорат «партии власти» 25-36 %;
- 3) Базовый электорат «левых» составляет примерно 12-18 % активных избирателей (при явке 70%).
- 4) Базовый электорат «правых» не превосходит 5 % (при явке 70%).
- 5) Остальные базовые электораты – «чудотворцы» (лидеры, за которыми стоит, то или иное яркое дело и которые знают, как «чудесным» образом улучшить жизнь людей).

На основании приведенного расклада электоральных предпочтений избирателей можно сделать следующие два принципиальных вывода:

1. Значительное большинство избирателей являются личностно-ориентированными, т. е. склонными голосовать не за программу и (или) политическую позицию кандидата или партии, а за личность (личный положительный образ) кандидата или партийного лидера. При этом наиболее выигрышным типажом является «сильная личность».
2. Как все личностно ориентированные избиратели, указанное большинство является достаточно подвижным. Поэтому его поведение во время выборов будет характеризоваться следующими четырьмя особенностями:
 - склонностью менять свои предпочтения в зависимости от хода избирательной кампании;
 - повышенная (по сравнению с политически ориентированными электоратами) восприимчивость к предвыборной агитации;
 - повышенная готовность поддержать новых политиков;
 - тенденция голосовать за потенциальных «победителей» (т. е. за кандидата или партию, которые, по их представлению, обладают сильной положительной динамикой рейтинга и являются лидерами предвыборной гонки).

Ситуацию в элитах и расстановку административного ресурса предварительно можно охарактеризовать как «мягкую». Скорее всего, ни со стороны Областной администрации, ни со стороны администрации Города не будет вмешательства в ход кампании настолько жесткого, что это окажет существенное влияние на ее (кампании) результаты.

2. Настроения избирателей

Настроения избирателей достаточно типичны для России. Эти настроения характеризуются двумя факторами.

С одной стороны, продолжает действовать инерция доверия к президенту: именно с ним, прежде всего люди, связывают свои надежды на улучшение жизни.

С другой стороны, т.к. особо быстрых и ощутимых улучшений не наблюдается, нарастает раздражение против властей. Примечательно, что отмеченное раздражение выплескивается против местной власти: уровень доверия к президенту очень высок, уровень доверия к губернаторам достаточно высок, по отношению же к местной власти преобладает недоверие.

В заключение 10 проблем, которые более всего волнуют избирателей округа (перечисляются в порядке убывания приоритетности):

- низкий уровень зарплат и пенсий;

- рост цен;
- рост цен на услуги ЖКХ;
- медицинское обслуживание;
- пьянство, алкоголизм, наркомания;
- плохая экология (судя по всему, здесь в основном идет речь о питьевой воде, федеральной трассе, проходящей через районный Центр, а также о свалках);
- проблемы детей и молодежи;
- плохое состояние ЖКХ;
- плохие дороги;
- жилищная проблема.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 5. Тактический рисунок избирательной кампании. (ПК-2)

Лекция.

- 5.1. Направления кампании. Спецпроекты.
- 5.2. Основные мероприятия кампании.
- 5.3. Принцип тотальности.
- 5.4. Этапы кампании.

Практическое занятие.

Анализ значимости и характеристик этапов избирательной кампании.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 6. Агитационно-рекламное направление (ПК-2)

Лекция.

- 6.1. Задачи и особенности направления.
- 6.2. Формирование и поддержка имиджа кандидата.
- 6.3. Фирменный стиль и поддержка имиджа кандидата.
- 6.4. Прямая и косвенная реклама в СМИ.
- 6.5. Пресс-службы и медипланирование.
- 6.6. Наружная реклама и распространяемые агитационные материалы. Нестандартные формы агитации.

Практическое занятие.

Используя данные в паспорте округа и предвыборной обстановки выполните следующее творческое задание: если бы Вы были кандидатом на должность главы субъекта федерации, то как бы Вы проводили избирательную кампанию? Оформите в письменном виде вашу предвыборную программу (основываясь на данных паспорта округа). Объяснить чем вам был полезен/бесполезен тот или иной пункт паспорта округа при составлении программы.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 7. Организационно-массовое направление. (ПК-2)

Лекция.

- 7.1. Задачи и планирование направления
- 7.2. Формирование и организация работы агитаторов.
- 7.3. Распространение агитационных материалов. Базы данных избирателей.
- 7.4. Организация встреч кандидата с избирателями.
- 7.5. Массовые мероприятия.

Практическое занятие.

Составьте краткую биографию кандидата в депутаты, рассчитывающего на успех. На каких аспектах биографии, на Ваш взгляд, следует акцентировать внимание.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 8. Информационно-аналитическое направление. (ПК-2)

Лекция.

- 8.1. Задачи и особенности направления.
- 8.2. Аналитика.
- 8.3. Социологические опросы в избирательной кампании.
- 8.4. Мониторинг и моделирующие исследования.

Практическое занятие.

Составьте агитационный листок.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

Тема 9. Юридическое, финансовое и техническое обеспечение избирательной кампании. (ПК-2)

Лекция.

- 9.1. Связи с внешними организациями.
- 9.2. Юридическое обеспечение.
- 9.3. Финансовое и техническое обеспечение.

Практическое занятие.

1. Выборы в органы власти: понятия, виды, социальные функции.
2. Избирательный процесс: механизм и процедуры.
3. Электоральное поведение граждан России (на примере последних выборов).
4. Этапы и участники избирательных кампаний.
5. Политические ориентации избирателей по итогам парламентских выборов 2003, 2007, 2011, 2016 г. в России: сравнительный анализ.
6. Молодежь и выборы: российская действительность.
7. Роль СМИ в избирательных кампаниях России.
8. Политика как разновидность технологии.
9. Легитимные и нелегитимные технологии. Новая парадигма технологизации в конце XX – начале XXI века.
10. Политические технологии в научной литературе России 90-х годов.
11. Специфика использования избирательных технологий в настоящее время.

12. Алгоритм моделирования общественно-политических ситуаций.

13. Структура и динамика российского электорального пространства в контексте выборов России 2015-2020 гг.

Задания для самостоятельной работы.

1. Изучить рекомендуемые источники по теме; проанализировать другую научную литературу по теме; проработать практические задания.
2. Чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; конспектирование текста; работа со словарями и справочниками.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

5 семестр

- текущий контроль – 90 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 5 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Макс. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Сущность избирательных технологий.	Собеседование	10	10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
2.	Модели электората и подходы к формированию стратегии	Собеседование	10	10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

3.	Модель доминирующего стереотипа и положительного образа кандидата (партии).	Собеседование	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
4.	Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата (партии).	Практическое задание для практической подготовки	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
5.	Тактический рисунок избирательной кампании.	Практическое задание для практической подготовки	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	5	<p>5 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>

6.	Агитационно-рекламное направление	Практическое задание для практической подготовки	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
7.	Организационно-массовое направление.	Практическое задание для практической подготовки	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
8.	Информационно-аналитическое направление.	Собеседование	10	<p>10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>

9.	Юридическое, финансовое и техническое обеспечение избирательной кампании.	Собеседование	10	10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
		Тестирование(контрольный срез)	5	5 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 1 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. Менее 25% правильных ответов баллов не дает
10.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов
11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		50	
12.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Практическое задание для практической подготовки

Тема 4. Разработка стратегии на основе положительного образа кандидата (партии).

Необходимо выбрать один из субъектов РФ и на его примере составить паспорт избирательного округа.

Учены должны быть следующие параметры:

1. Географические данные:

- территория;
- население;
- административно-территориальное деление;
- основные населенные пункты;

- природные ресурсы.

2. Экономика региона:

- общий характер экономики, основные отрасли;
- промышленность и ТЭК;
- агропромышленный комплекс;
- инвестиции.

3. Структура бюджета:

- доходная часть бюджета (размер и основные статьи доходов);
- расходная часть бюджета (размер и основные статьи расходов).

4. Демографические данные:

- доля городского и сельского населения;
- половозрастная структура населения;
- профессиональная структура населения;
- рождаемость и смертность.

5. Социально-экономические показатели:

- уровень занятости;
- средняя зар.плата по региону;
- уровень преступности.

6. Основные политические и общественные организации (наиболее значимые).

- партии;
- НКО;
- общественные организации.

7. Результаты последних выборов главы региона:

- общее число зарегистрированных избирателей;
- результаты последних выборов;
- сравнительный анализ кандидатов по позициям (кратко): биография, подход к проблемам, политический опыт, финансовое обеспечение, агитационная активность.

8. Медиакарта региона.

- печатные СМИ;
- теле- и радио- СМИ;
- интернет СМИ;
- блоги/форумы.

Приложение № 1.

Таблица для медиакарты

Тема 5. Тактический рисунок избирательной кампании.

Исходя из данных имеющихся в Вашем паспорте округа, охарактеризовать предвыборную обстановку.

Пример: "Предвыборная обстановка города N"

1. Избиратели.

Выборы в Городскую Думу.

Население Округа – около 40 тыс. чел. Число избирателей – 30 тыс. чел.

Социально-демографические характеристики избирателей по данным паспорта округа:

1. Возраст:

- до 35 лет -31%;
- 35-54 года -38%;
- 55 и старше - 31 %.

2. Пол:

- женщины - 56%;

- мужчины - 44%.

3. Основная сфера занятости:

- рабочие - 35% (из них половина неквалифицированные);
- пенсионеры - 29 %.
- уровень безработицы - 8%.

4. Образование:

- среднее и среднее специальное - 57%;
- высшее - 31%.

5. Средний уровень зарплаты порядка 12000 руб. Распределение семей по доходам (на члена семьи):

- до 8000 тыс. руб. - 40 %
- 8000-12000 тыс. руб. - 51 %;
- свыше 12000 тыс. руб. - 9%.

Экономика Города (как и Области в целом) имеет ярко выраженный депрессивный характер. Можно с высокой вероятностью предположить, что доминирующей проблемой избирателей Округа является низкий уровень доходов и отсутствие ощутимой перспективы их повышения. Ожидаемую явку избирателей на выборы предварительно можно оценить не более чем в 35-40%, или 10-12 тыс. избирателей.

Ввиду отсутствия данных о предыдущих голосованиях в Округе судить об электоральных предпочтениях его избирателей затруднительно. Однако, если допустить, что голосования избирателей по Округу мало отличаются от голосований по Области в целом, то по результатам последних федеральных выборов картина электоральных предпочтений является следующей.

1) От 20 до 25 % активных избирателей Области (при явке 70 %) достаточно стабильно голосуют за сильную. Это примерно в два раза больше, чем величина базового электората «сильной личности» в целом по России.

2) Электорат «партии власти» 25-36 %;

3) Базовый электорат «левых» составляет примерно 12-18 % активных избирателей (при явке 70%).

4) Базовый электорат «правых» не превосходит 5 % (при явке 70%).

5) Остальные базовые электораты – «чудотворцы» (лидеры, за которыми стоит, то или иное яркое дело и которые знают, как «чудесным» образом улучшить жизнь людей).

На основании приведенного расклада электоральных предпочтений избирателей можно сделать следующие два принципиальных вывода:

1. Значительное большинство избирателей являются личностно-ориентированными, т. е. склонными голосовать не за программу и (или) политическую позицию кандидата или партии, а за личность (личный положительный образ) кандидата или партийного лидера. При этом наиболее выигрышным типажом является «сильная личность».

2. Как все личностно ориентированные избиратели, указанное большинство является достаточно подвижным. Поэтому его поведение во время выборов будет характеризоваться следующими четырьмя особенностями:

- склонностью менять свои предпочтения в зависимости от хода избирательной кампании;
- повышенная (по сравнению с политически ориентированными электоратами) восприимчивость к предвыборной агитации;
- повышенная готовность поддержать новых политиков;
- тенденция голосовать за потенциальных «победителей» (т. е. за кандидата или партию, которые, по их представлению, обладают сильной положительной динамикой рейтинга и являются лидерами предвыборной гонки).

Ситуацию в элитах и расстановку административного ресурса предварительно можно охарактеризовать как «мягкую». Скорее всего, ни со стороны Областной администрации, ни со стороны администрации Города не будет вмешательства в ход кампании настолько жесткого, что это окажет существенное влияние на ее (кампании) результаты.

2. Настроения избирателей

Настроения избирателей достаточно типичны для России. Эти настроения характеризуются двумя факторами.

С одной стороны, продолжает действовать инерция доверия к президенту: именно с ним, прежде всего люди, связывают свои надежды на улучшение жизни.

С другой стороны, т.к. особо быстрых и ощутимых улучшений не наблюдается, нарастает раздражение против властей. Примечательно, что отмеченное раздражение выплескивается против местной власти: уровень доверия к президенту очень высок, уровень доверия к губернаторам достаточно высок, по отношению же к местной власти преобладает недоверие.

В заключение 10 проблем, которые более всего волнуют избирателей округа (перечисляются в порядке убывания приоритетности):

- низкий уровень зарплат и пенсий;
- рост цен;
- рост цен на услуги ЖКХ;
- медицинское обслуживание;
- пьянство, алкоголизм, наркомания;
- плохая экология (судя по всему, здесь в основном идет речь о питьевой воде, федеральной трассе, проходящей через районный Центр, а также о свалках);
- проблемы детей и молодежи;
- плохое состояние ЖКХ;
- плохие дороги;
- жилищная проблема.

Тема 6. Агитационно-рекламное направление

Используя данные в паспорте округа и предвыборной обстановки выполните следующее творческое задание: если бы Вы были кандидатом на должность главы субъекта федерации, то как бы Вы проводили избирательную кампанию? Оформите в письменном виде вашу предвыборную программу (основываясь на данных паспорта округа). Объяснить чем вам был полезен/бесполезен тот или иной пункт паспорта округа при составлении программы.

Тема 7. Организационно-массовое направление.

Составьте краткую биографию кандидата в депутаты, рассчитывающего на успех. На каких аспектах биографии, на Ваш взгляд, следует акцентировать внимание.

Собеседование

Тема 1. Сущность избирательных технологий.

1. Этапы и участники избирательных кампаний.
2. Политические ориентации избирателей по итогам парламентских выборов 2016 г. в России.
3. Молодежь и выборы: российская действительность.
4. Роль СМИ в избирательных кампаниях России.
5. Легитимные и нелегитимные технологии. Новая парадигма технологизации в XXI веке.
6. Специфика использования избирательных технологий в настоящее время.
7. Структура и динамика российского электорального пространства в контексте выборов России 2018 г.
8. Парламентские выборы 2011 и 2016 гг.: сравнительный анализ.

Тема 2. Модели электората и подходы к формированию стратегии

1. Выборы в органы власти: понятия, виды, социальные функции.
2. Избирательный процесс: механизм и процедуры.
3. Электоральное поведение граждан России (на примере последних выборов).

Тема 3. Модель доминирующего стереотипа и положительного образа кандидата (партии).

1. Этапы и участники избирательных кампаний.
2. Политические ориентации избирателей по итогам парламентских выборов 2003, 2007, 2011, 2016 г. в России: сравнительный анализ.
3. Молодежь и выборы: российская действительность.

Тема 8. Информационно-аналитическое направление.

Составьте агитационный листок.

Тема 9. Юридическое, финансовое и техническое обеспечение избирательной кампании.

1. Роль СМИ в избирательных кампаниях России.
2. Политика как разновидность технологии.
3. Легитимные и нелегитимные технологии. Новая парадигма технологизации в конце XX – начале XXI века.

Тестирование

Тема 5. Тактический рисунок избирательной кампании.

1. Тактика избирательной кампании – это
 - (!) совокупность методов и приемов, позволяющих наиболее эффективно довести до избирателей стратегическое содержание избирательной кампании;
 - (?) проектирование и управление избирательными кампаниями;
 - (?) количество голосов избирателей, которое необходимо получить кандидату для победы в кампании с заданной конфигурацией;
 - (?) степень пересечения базового электората с базовыми электоратами других кандидатов.
2. Установка кампании – это
 - (?) степень пересечения базового электората с базовыми электоратами других кандидатов;
 - (?) оценка размеров базового электората номинации положительного образа, в которой действует кандидат;
 - (!) количество голосов избирателей, которое необходимо получить кандидату для победы в кампании с заданной конфигурацией;
 - (?) общее количество подвижных избирателей при данном составе кандидатов.
3. Тематический рисунок кампании – это
 - (!) структурирование кампании по направлениям и временным этапам и оптимизация распределения ресурсов по направлениям, этапам и мероприятиям;
 - (?) знание типичных проблем, возникающих в ходе кампании и наиболее типичных ошибок, совершаемых при её проведении;
 - (?) умение разработать проект избирательной кампании и создать эффективную структуру управления ею;
 - (?) количество голосов избирателей, которое необходимо получить кандидату для победы в кампании с заданной конфигурацией.
4. Направления в тактике бывают:
 - (?) главные и второстепенные;
 - (?) главные;
 - (?) второстепенные и обеспечивающие;
 - (!) базовые и обеспечивающие.
5. Когда проходит подготовительный этап?
 - (?) после объявления официальной даты проведения выборов;
 - (!) до объявления официальной даты проведения выборов;

(?) в день голосования;

(?) после дня голосования.

6. Что представляет собой «месседж»?

(?) все агитационные материалы;

(?) выступление кандидата перед избирателями;

(?) знание типичных проблем, возникающих в ходе кампании и наиболее типичных ошибок, совершаемых при её проведении;

(!) короткий текст, отвечающий на вопрос почему следует голосовать за данного кандидата и охватывающий все агитационные темы кампании.

7. Что представляет собой прямая реклама в СМИ?

(?) строится таким образом, чтобы источник информации внешне выглядел нейтральным, независимым от кандидата;

(?) предполагает то, что реклама в СМИ будет размещена напрямую без посредников;

(!) предполагает знание потребителя о том, что источником рекламной информации является кандидат;

(?) реклама размещается таким образом, что бы информация дошла до всего базового электората кандидата.

Тема 9. Юридическое, финансовое и техническое обеспечение избирательной кампании.

1. Что представляет собой косвенная реклама в СМИ?

(?) предполагает знание потребителя о том, что источником рекламной информации является кандидат;

(!) строится таким образом, чтобы источник информации внешне выглядел нейтральным, независимым от кандидата;

(?) предполагает то, что реклама будет размещена в СМИ через посредников;

(?) реклама размещается таким образом, что бы информация дошла до всего базового электората кандидата.

2. Проект избирательной кампании состоит из:

(!) стратегии, тактики, план-графика мероприятий;

(?) медиаплана, полит.технолога, месседжа;

(?) штаба, агитаторов, кандидата;

(?) кандидата, команды.

3. «Политизация» обстановки во время избирательной кампании – это

(?) потеря интереса избирателей к соответствующему выборному органу власти;

(?) увеличение интереса граждан к политической жизни страны;

(!) возникновении или нарастание в округе какой-либо проблемы, вокруг которой начинает сосредотачиваться вся политическая жизнь;

(?) стадия развития гражданского общества с возрастающей ролью правосознания граждан.

4. «Деполитизация» обстановки во время избирательной кампании – это

(!) потеря интереса избирателей к соответствующему выборному органу власти;

(?) стадия развития гражданского общества с возрастающей ролью правосознания граждан;

(?) увеличение интереса граждан к политической жизни страны;

(?) возникновении или нарастание в округе какой-либо проблемы, вокруг которой начинает сосредотачиваться вся политическая жизнь;

5. Клиенты состоят из:

(!) политически активных индивидов с минимальным уровнем социальности (люмпенов);

(?) абсентеистов;

(?) атеистов;

(?) протестного электората.

6. С юридической точки зрения «грязными» технологиями считаются:

- (!) любое нарушение избирательного законодательства;
- (?) нарушение правил предвыборной борьбы;
- (?) использование в качестве ресурса более сильной и умной кандидатуры;
- (?) любое нарушение и неисполнение план-графика мероприятий кампании.

7. Административный ресурс может использоваться в виде:

- (?) прямого давления на избирателей;
- (?) подкупа;
- (?) подтасовки результатов голосования;
- (!) всего выше перечисленного.

8. Как называется способ изучения особенностей электората, когда построение рейтингового ряда производится на базе данных, полученных после ответа на один вопрос?

- (?) метод «панельного вагона»
- (?) метод «весы»
- (?) метод «сита»
- (!) метод «укола»
- (?) метод «воздушного теста».

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-2)

- Сущность и особенности избирательной кампании.
- Сущность и особенности предвыборной кампании.
- Типы и виды избирательных кампаний
- Цели избирательной кампании.
- Этапы избирательной кампании.
- Избирательные технологии.
- Структура избирательной кампании.
- Ресурсы избирательной кампании.
- Пропаганда и контрпропаганда.
- Внешние и внутренние факторы влияющие на стоимость избирательной кампании.
- Стратегия избирательной кампании.
- Подходы к формированию стратегии
- Модели электората.
- Тактика избирательной кампании.
- Избирательный процесс: механизмы и процедуры.
- Роль СМИ в избирательных кампаниях.
- План-график мероприятий избирательной кампании.
- Построение избирательной кампании на контрходе.
- Модель доминирующего стереотипа и положительного образа кандидата (партии).
- Структура управления избирательной кампанией.
- Проектирование избирательных кампаний.
- Параллельные избирательные кампании.
- Сшивка избирательных кампаний разного уровня.
- «Грязные» избирательные технологии.
- Административный ресурс.
- Принципы противодействия грязным технологиям.

Типовые задания для зачета (ПК-2)

1. Принципы избирательного права различных стран мира.

2. Развитие порядка формирования представительных учреждений европейских стран после Великой Французской Революции.
3. Влияние особенностей избирательного права стран Европы на избирательное законодательство бывших колоний.
4. Правовое регулирование порядка формирования Европейского парламента
5. Органы, осуществляющие подготовку и проведение выборов в зарубежных странах.
6. Правовое регулирование избирательной кампании в зарубежных странах.
7. Особенности финансирования избирательных кампаний.
8. Способы и порядок голосования за рубежом.
9. Правовое регулирование порядка участия в выборах политических партий за рубежом.
10. Основные черты избирательного права отдельного государства (на примере любой страны).
11. Абсентеизм и обязательность голосования.
12. Роль Конституции Соединенных Штатов в складывании системы выборов в США.
13. Основные принципы и функционирование британской избирательной системы на современном этапе.
14. Основные принципы и специфика современного французского избирательного права.
15. Современное состояние и нормы, регулирующие выборы в ФРГ.
16. Общая характеристика избирательной системы и государственного устройства Мексиканских Соединенных Штатов.
17. Европейская интеграция и формирование европейских представительных органов.
18. Российская избирательная модель на современном этапе.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-2	Анализирует стратегию и тактику избирательных кампаний, а также участвует в их проведении
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-2	Не анализирует стратегию и тактику избирательных кампаний, а также участвует в их проведении

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Щабельский Л. М. Избирательная кампания как рекламный PR-процесс : монография. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 125 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140239>
2. Ланкин, Е. Как выиграть выборы без административного ресурса: Рекомендации опытного политтехнолога. - 2021-03-26; Как выиграть выборы без административного ресурса: Рекомендации опытного политтехнолога. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 288 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/82875.html>
3. Сельцер Д. Г. №1(16): Выборы-2016 в перекрестке мнений политиков и политологов, 2016. - 205 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Кынев А.В., Любарев А., Максимов А. На подступах к федеральным выборам - 2016: региональные и местные выборы в России 13 сентября 2015 года. - Москва: [б.и.], 2015. - 653, [1] с.
2. Кынев А.В., Любарев А., Максимов А. Региональные и местные выборы 2014 года в России в условиях новых ограничений конкуренции. - М.: Фонд "Либеральная миссия", 2015. - 369 с.
3. Бедрицкий А., Бышок С., Кочетков А. Демократия под огнем: выборы в народных республиках Донбасса. - Москва: Книжный мир, 2014. - 352 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445692>
4. Кынев А.В., Любарев А.Е. Партии и выборы в современной России: эволюция и деволюция. - [М.]: Новое литературное обозрение, 2011. - 786 с.
5. Минникес, И. В. Выборы в истории Российского государства в IX — начале XIX века. - Весь срок охраны авторского права; Выборы в истории Российского государства в IX — начале XIX века. - Санкт-Петербург: Юридический центр Пресс, 2010. - 538 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/17990.html>
6. Воробьев Н.И. Региональная избирательная система и выборы в Тамбовской области: история и современность. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2008. - 288 с.
7. Пучнин А.С., Админ. Тамб. обл., Тамб. обл. Дума, Избирательная комиссия Тамб. обл., Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина Конституция. Выборы. Государство : Всерос. науч.-практ. Чичеринская конф.: сб. материалов. - Тамбов: [Изд-во "ООО Центр-пресс"], 2007. - 196 с.

6.3 Иные источники:

1. Российская национальная библиотека - www.nlr.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Windows 10

Google Chrome Google Inc. 12.09.2014 49.0.2623.112

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows "Лаборатория Касперского" 26.07.2018

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
2. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
3. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
4. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
5. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
6. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
7. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.