



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»  
**Кафедра политологии, истории и регионоведения**

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Ю. А. Зуляр

20 мая 2020 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.06 Технология проведения избирательной кампании**

Направление подготовки **41.03.04 Политология**

Направленность (профиль) подготовки **Политология**

Квалификация выпускника **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Согласовано с УМК  
исторического факультета  
Протокол № 8 от «18» мая 2020 г.  
Председатель Р. Ю. Зуляр

Рекомендовано кафедрой политологии,  
истории и регионоведения  
Протокол № 6 от «14» мая 2020 г.  
Заведующий кафедрой Ю. А. Зуляр

Иркутск 2020 г.

## **I. Цели и задачи дисциплины (модуля):**

### **Цели:**

Основными целями дисциплины **Б1.В.06 «Технология проведения избирательных кампаний»** являются:

- системно, комплексно раскрыть круг вопросов, касающихся организации проведения избирательной кампании как важнейшего политического события, влияющего на формирование властных структур современного демократического общества;
- сформировать личность студента как гражданина, профессионального политолога, организатора избирательной кампании;
- выработать у будущих специалистов прочную базу теоретических знаний, практических умений и навыков применительно к работе в сфере избирательного процесса.

### **Задачи:**

- 1) рассмотреть основные виды избирательных технологий, показать их роль и место в электоральном процессе;
- 2) сформировать соответствующие компетенции;
- 3) раскрыть политико-психологическую сущность в разных видах избирательных технологий;
- 4) проанализировать проблемы эффективности избирательных технологий и применения возможностей профессионального политолога в их решении;
- 5) определить основные направления противодействия деструктивным избирательным кампаниям, нарушениям Законодательства РФ.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1 Дисциплина Б1.В.06 «Технология проведения избирательных кампаний» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

2.2 Изучение дисциплины опирается на знания, полученные в результате изучения дисциплин: «Психология (Социальная психология. Психология профессионального развития)», «Политический анализ и прогнозирование», «Политическая конфликтология», «Политическая социология».

Знания, полученные в результате изучения дисциплины Б1.В.06 «Технология проведения избирательных кампаний» могут быть использованы в дальнейшем изучении дисциплин: «Региональные СМИ в политическом процессе»

Трудоемкость дисциплины Б1.В.06 «Технология проведения избирательных кампаний» составляет 4 зет и изучается в 7 семестре на 4 курсе.

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) «Общий»:

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
<i>ПК-2</i> Способен участвовать в подготовке и проведении политических и	<i>ИДК ПК-2.1</i> Организует и проводит под руководством опытного сотрудника социологические/социально-	Знать: способы проведения социологических/социально-психологических исследований по изучению общественного

<p>избирательных кампаний, к использованию полученных знаний при реализации других видов политических акций и форм политической мобилизации.</p>	<p>психологические исследования по изучению общественного мнения в процессе проведения избирательной кампании.</p>	<p>мнения в процессе проведения избирательной кампании;  Уметь: организовывать и проводить социологические/социально-психологические исследования по изучению общественного мнения в процессе проведения избирательной кампании;  Владеть: навыками работы в группе.</p>
	<p><i>ИДК ПК-2.2</i>  Анализирует и конкретизирует политическую ситуацию при проведении избирательной кампании</p>	<p>Знать: динамику социально-политических ориентаций, электоральное поведение избирателей с учетом региональных, территориальных, социально-психологических, психолого-экономических, этнопсихологических особенностей;  Уметь: анализировать конкретные политические ситуации и условия при проведении избирательной кампании;  Владеть: навыками анализа политических ситуаций при проведении избирательной кампании.</p>
	<p><i>ИДК ПК-2.3</i>  Готовит печатные материалы, тексты выступлений кандидатов (политических лидеров), необходимых для политико-пропагандистской работы</p>	<p>Знать: информационные, кадровые, административные, финансовые и другие ресурсы избирательной кампании;  Уметь: готовить печатные материалы, тексты выступлений кандидата (политического лидера), необходимые для агитационно-пропагандистской работы;  Владеть: технологиями составления политических текстов.</p>
	<p><i>ИДК ПК-2.4</i>  Самостоятельно рассчитывает количество голосов, необходимых для победы на выборах</p>	<p>Знать: методы, формы, приёмы работы с электоратом и их эффективность;  Уметь: рассчитывать количество голосов, необходимых для победы на выборах;  Владеть: способами для рассчитывая количество голосов,</p>

		необходимых для победы на выборах.
	<p><i>ИДК ПК-2.5</i> Работает со средствами массовой информации при проведении избирательной кампании</p>	<p>Знать: механизмы работы со средствами массовой информации при проведении избирательной кампании; Уметь: работать со средствами массовой информации при проведении избирательной кампании; Владеть: навыками работы со СМИ.</p>

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

**Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа, в том числе 27 часов на экзамен.**

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 10 часов (*указать при необходимости*)

**Форма промежуточной аттестации: экзамен.**

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов**

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Введение в дисциплину	7	3	3		4	Опрос и дискуссия по теме на основе изучения рекомендуемой литературы
2.	Основные акторы избирательных процессов	7	3	3		4	Опрос и дискуссия по теме на основе изучения рекомендуемой литературы
3.	Ресурсы избирательной кампании	7	3	3		4	Доклад с презентацией по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов и материалов избирательных кампаний разного уровня
4.	Стратегия и тактика избирательной кампании	7	4	4		4	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов и материалов избирательных кампаний разного

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самосто ятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
							уровня
5.	Планирование избирательной кампании	7	3	3		3	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; разнообразных планов избирательных кампаний
6.	Управление в избирательной кампании	7	3	3		4	Эссе по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов, положений, инструкций и т.п. избирательных кампаний разного уровня
7.	Личность кандидата и технологии формирования его имиджа в избирательной кампании	7	4	4		4	Доклад с презентацией по итогам изучения рекомендуемой литературы; политико-психологических портретов и стратегий формирования и поддержания имиджа кандидатов на выборные должности
8.	Политическая реклама и агитация в избирательной кампании	7	3	3		4	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня
9.	Традиционные технологии оргмассовой работы (полевые технологии)	7	4	4		4	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самосто ятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
							разного уровня
10.	PR-обеспечение и роль СМИ в избирательной кампании	7	3	3		4	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня
11.	Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии	7	3	3		4	Эссе по итогам изучения рекомендуемой литературы; материалов и документов избирательных кампаний
	<b>Итого часов</b>		<b>36</b>	<b>36</b>		<b>43</b>	<b>Экзамен</b>

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
7	Введение в дисциплину	1) Изучение учебной, научной литературы с привлечением электронных средств официальной, статистической и научной информации; 2) Изучение письменных источников – документов и материалов избирательных кампаний разного уровня (архив лаборатории)		4		educa.isu.ru
7	Основные акторы избирательных процессов			4		educa.isu.ru
7	Ресурсы избирательной кампании			4		educa.isu.ru
7	Стратегия и тактика избирательной кампании			4		educa.isu.ru
7	Планирование избирательной кампании			3		educa.isu.ru
7	Управление в избирательной кампании			4		educa.isu.ru
7	Личность кандидата и технологии формирования его имиджа в избирательной кампании			4		educa.isu.ru
7	Политическая реклама и агитация в избирательной кампании			4		educa.isu.ru
7	Традиционные технологии оргмассовой работы (полевые технологии)			4		educa.isu.ru
7	PR-обеспечение и роль СМИ в избирательной кампании			4		educa.isu.ru
7	Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии			4		educa.isu.ru
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				<b>43</b>		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				<b>10</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>43</b>		



### 4.3 Содержание учебного материала

#### Раздел 1. Введение в дисциплину

**Общая характеристика избирательных кампаний как важнейшей составляющей части политического процесса:** понятие, сущность, трактовки в современной литературе. Психолого-экономические, социально-психологические, этнопсихологические детерминанты избирательного процесса. Структура избирательной кампании. Основные стадии и этапы избирательной кампании. Избирательные технологии. Классификация избирательных технологий и сферы их применения. Проблемы эффективности избирательных технологий. Заказчики и исполнители. Правовые, ресурсные и этические ограничения.

#### Раздел 2. Основные акторы избирательных процессов

**Субъект-объектные отношения в рамках избирательных процессов.** Кандидат (человек, партия, позиция на референдуме) как субъект избирательной кампании. Мотивы, потребности, ценности субъекта. Лидерство как социальное явление. Функции политического лидера. Политические элиты, их роль и место в избирательном процессе. Электорат и электоральная активность. Понятие «целевой группы». Механизмы выделения целевых групп. Изучение предпочтений целевых групп. Ценности, потребности, социальные стереотипы избирателей и их учет в избирательных кампаниях.

#### Раздел 3. Ресурсы избирательной кампании

**Общая характеристика ресурсов избирательной кампании.** Основные и дополнительные ресурсы. Финансовые ресурсы. Организационные ресурсы. Информационные ресурсы. Кадровые ресурсы. Административный ресурс и особенности его использования в российской избирательных кампаниях.

#### Раздел 4. Стратегия и тактика избирательной кампании

**Понятие стратегии избирательной кампании. Научные основы современных избирательных технологий.** Роль диагностико-аналитических исследований (социологических, политико-психологических) в разработке стратегии избирательной кампании. Основные цели и задачи диагностико-аналитических и социологических исследований в избирательной кампании. Сбор и анализ открытой статистической и иной информации (в т.ч. социологической и другой, опубликованной в СМИ). Анализ предвыборной ситуации. Исследование электората. Выявление базовых групп электората. Прогнозирование результатов выборов. Характеристика основных методов диагностико-аналитических и социологических исследований (методологические аспекты организации процесса исследования; основные этапы исследований; особенности подготовки и планирования; способы и приёмы формирования репрезентативной выборки; отличительные черты качественных и количественных методов исследований; количественные методы сбора информации – опросы, анкетирование; качественные методы используемые, в политической практике – фокус-группы, фокусированные интервью; качественно-количественный метод обработки информации – контент-анализ). Заказ, приёмка и интерпретация результатов исследований. Оценка общественного мнения собственными силами. Использование полученных результатов (публикации, корректировка менеджмента и т.п.)

**Определение политических и управленческих целей в избирательной кампании.** Особенности сегментирования электората. Выделение адресных групп. Центральная тема (темы) избирательной кампании. Сюжетные линии центральной темы. Стратегия принадлежности к политической партии. Программа кандидата.

**Понятие тактики избирательной кампании и её основные элементы.** Учет особенностей – в том числе социально-экономических, региональных, этнополитических, политико-психологических и др. - при отборе методов, приёмов, форм агитационно-пропагандистского воздействия на электорат. Выбор коммуникационных каналов, видов информационно-рекламной продукции, массовых мероприятий. Предварительной

распределение предполагаемых действий во времени и пространстве. Использование партийной принадлежности кандидата.

**Концепция избирательной кампании как обобщенный документ стратегии и тактики.**

**Раздел 5. Планирование избирательной кампании**

**Основные стадии и этапы подготовки и проведения избирательной кампании.**

Формы сбора и анализа информации. Изучение округа. Определение общего количества избирателей. Данные прошлых выборов. Оценка политического ландшафта. Изучение политических предпочтений избирателей. Расчет количества голосов, необходимых для победы. Ожидаемая явка. Количество семей, в которых живут избиратели. Типы электорального поведения. Региональные, территориальные, этнические и другие особенности населения. Роль социологических исследований в планировании избирательной кампании. Основные виды планов в избирательной кампании. Основные требования и подходы к разработке плана агитационно-рекламной кампании. План фандрайзинга. План деятельности кандидата. Другие планы в избирательной кампании. Общий (сводный) план-график избирательной кампании.

**Раздел 6. Управление в избирательной кампании**

**Основные модели управления избирательной кампании.** Территориальная модель. Функциональная модель. Предвыборный штаб кампании, его состав и функции. Примерная структура избирательного штаба. Политический менеджер как руководитель избирательной кампании. Практические основы коммуникации («внутренней» и «внешней»). Подбор персонала. Добровольные помощники. Работа с общественными организациями и со своей партией (с местными, региональными и центральными органами партии). Сбор средств. Организация работы избирательного штаба в кризисных условиях. Критерии эффективности работы избирательного штаба. Контроль за ходом голосования и подсчетом голосов. Организация наблюдения за выборами.

**Раздел 7. Личность кандидата и технологии формирования его имиджа в избирательной кампании**

**Компоненты структуры личности.** Политико-психологический портрет кандидата. **Имидж как социально-психологическая категория.** Основные принципы формирования имиджа. Функции имиджа. Структура и типология имиджа. Технологии формирования имиджа кандидата. Технологии формирования имиджа политической партии. Особенности формирования имиджа в СМИ. Технологии снижения имиджа конкурентов. Технологии защиты позитивного имиджа.

**Раздел 8. Политическая реклама и агитация в избирательной кампании**

**Политическая реклама: понятие, цели и задачи, методы, средства, формы и способы в избирательных кампаниях.** Прямая и косвенная политическая реклама. Информационно-коммуникативные технологии. Слоган кампании. Создание информационных поводов. Работа со СМИ: исследования и учет при планировании работы с ними («официальные» пресса, аудиовизуальные средства, «оплаченные из избирательного фонда СМИ», «фон, видеоряд, аудио-сопровождение», роль пресс-конференций, брифингов, пресс-релизов и т.п.). Наружная реклама. Использование листовок. Виды листовок. Плакаты. Политическая реклама в Интернете. Интернет и свобода слова, специфика использования в избирательных кампаниях. Публичная речь кандидата перед избирателями. План речи. Подготовка текста избирательного выступления. Формирование (постановка) невербального поведения кандидата во время избирательных выступлений.

**Раздел 9. Традиционные технологии оргмассовой работы (полевые технологии)**

**Место и роль технологии оргмассовой работы (полевых технологий) в избирательной кампании.** Планирование и организация «полевого» направления в избирательной кампании. Характеристика основных направлений оргмассовой работы. Формирование бригад агитаторов. Сбор подписей в поддержку выдвижения кандидатов

(список кандидатов). Агитационная программа «от двери к двери». **Разработка АПМ**, апробация, тиражирование. Использование готовых материалов в избирательной кампании («устных», печатных, аудио, - видео и т.п.) – «разноска по почтовым ящикам», «расклейка» и т.п. «Телефон как средство агитации». **Особенности организации** пикетов, митингов, шествий, праздничных мероприятий. Учет при их организации и проведении правовых, этнических, социально-психологических аспектов. Деятельность общественных приёмных кандидата. Подготовка персонала. Организация и проведение встреч кандидата с избирателями.

**Раздел 10. PR-обеспечение и роль СМИ в избирательной кампании**

**Паблик рилейшнз как «прозрачные» технологии в избирательных кампаниях.**

Сущность, понятие, основные подходы. Электорат как аудитория PR-структур в избирательной кампании. Особенности работы PR-структур со СМИ и журналистами во время избирательной кампании. **Основные цели и задачи, функции СМИ в избирательных кампаниях.** СМИ как основной канал информационного обеспечения выборного процесса. Основные формы и особенности технологий политической рекламы в электронных и печатных СМИ. СМИ и общественное мнение. Технологии формирования общественного мнения через СМИ. Особенности технологий манипулирования через СМИ в избирательных кампаниях.

**Раздел 11. Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии**

**Понятие и сущность манипулирования в политике.** Социально-политические мифы как основа манипулирования. **Особенности российской электоральной культуры и манипулирование общественным сознанием в российских избирательных кампаниях.** Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии. Методы дискредитации политического соперника или оппонента и борьба с ними в практике избирательных кампаний.

**4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ**

п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
	<b>1. Введение в дисциплину</b>	Характеристики избирательных кампаний как важнейшее составляющей частью политического процесса	1	Опрос и дискуссия по теме на основе изучения рекомендуемой литературы	ПК-2
	<b>2. Основные акторы избирательных процессов</b>	Основные акторы избирательного процесса (субъектно-объектные отношения в рамках избирательного процесса)	3	Опрос и дискуссия по теме на основе изучения рекомендуемой литературы	ПК-2
	<b>3. Ресурсы избирательной кампании</b>	Общая характеристика ресурсов избирательной кампании	3	Доклад с презентацией по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов и	ПК-2

				материалов избирательных кампаний разного уровня	
	<b>4.</b> Стратегия и тактика избирательной кампании	Стратегия и тактика избирательных кампаний	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов и материалов избирательных кампаний разного уровня	ПК-2
		Диагностико-аналитические исследования и их роль в разработке стратегий (концепций) избирательных кампаний	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; технических заданий, вариантов анкет, аналитических справок и отчетов по итогам электоральных социологических и политико-психологических исследований, протоколов фокус-групп и др.	
	<b>5.</b> Планирование избирательной кампании	Планирование избирательной кампании	3	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; разнообразных планов избирательных кампаний	ПК-2
	<b>6.</b> Управление в избирательной кампании	Управление избирательной кампаний	3	Эссе по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов, положений, инструкций и т.п. избирательных	ПК-2

				кампаний разного уровня	
	<b>7. Личность кандидата и технологии формирования его имиджа в избирательной кампании</b>	Личность кандидата	2	Доклад с презентацией по итогам изучения рекомендуемой литературы; политико-психологических портретов и стратегий формирования и поддержания имиджа кандидатов на выборные должности	ПК-2
		Технология формирования имиджа кандидата	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; материалов и документов (стратегий формирования и поддержания имиджа кандидатов) избирательных кампаний разного уровня	
	<b>8. Политическая реклама и агитация в избирательной кампании</b>	Политическая реклама и агитация в избирательных кампаниях	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня	ПК-2
		Политическая реклама: методы, средства, формы	1	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы; документов и АПМ избирательных кампаний разного уровня	

	<b>9.</b> Традиционные технологии оргмассовой работы (полевые технологии)	Традиционные технологии оргмассовой работы	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня	ПК-2
		Организация массовых публичных акций во время проведения избирательных кампаний	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня	
	<b>10.</b> PR-обеспечение и роль СМИ в избирательной кампании	PR-обеспечение в избирательных кампаниях	2	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня	ПК-2
		СМИ в избирательных кампаниях	1	Опрос, дискуссия по итогам изучения рекомендуемой литературы и материалов избирательных кампаний разного уровня	
	<b>11.</b> Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии	Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии	3	Эссе по итогам изучения рекомендуемой литературы; материалов и документов избирательных кампаний	ПК-2

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов**

п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
	Введение в дисциплину	1) Изучение учебной, научной литературы с привлечением электронных средств официальной, статистической и научной информации; 2) Изучение письменных источников – документов и материалов избирательных кампаний разного уровня (архив лаборатории)	ПК-2	ИДК ПК-2.1 ИДК ПК-2.3
	Основные акторы избирательных процессов		ПК-2	ИДК ПК-2.2 ИДК ПК-2.3
	Ресурсы избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.4
	Стратегия и тактика избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.2 ИДК ПК-2.5
	Планирование избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.1 ИДК ПК-2.2
	Управление в избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.1 ИДК ПК-2.4
	Личность кандидата и технологии формирования его имиджа в избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.2 ИДК ПК-2.4
	Политическая реклама и агитация в избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.1 ИДК ПК-2.3 ИДК ПК-2.5
	Традиционные технологии оргмассовой работы (полевые технологии)		ПК-2	ИДК ПК-2.1 ИДК ПК-2.3
	PR-обеспечение и роль СМИ в избирательной кампании		ПК-2	ИДК ПК-2.2 ИДК ПК-2.5
	Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии		ПК-2	ИДК ПК-2.3

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

##### 4.4.1 Изучение учебной, научной литературы с привлечением электронных средств официальной, статистической и научной информации.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют четыре основные установки в чтении научного текста:

**информационно-поисковая** (задача – найти, выделить искомую информацию);

**усваивающая** (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить, как сами сведения, излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений);

**аналитико-критическая** (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему);

**творческая** (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

**Виды чтения:**

1. **Библиографическое** – просматривание карточек каталога, рекомендательных списков, сводных списков журналов и статей за год и т.п.;

2. **Просмотровое** – используется для поиска материалов, содержащих нужную информацию, обычно к нему прибегают сразу после работы со списками литературы и каталогами, в результате такого просмотра читатель устанавливает, какие из источников будут использованы в дальнейшей работе;

3. **Ознакомительное** – подразумевает сплошное, достаточно подробное прочтение отобранных статей, глав, отдельных страниц, цель – познакомиться с характером информации, узнать, какие вопросы вынесены автором на рассмотрение, провести сортировку материала;

4. **Изучающее** – предполагает доскональное освоение материала; в ходе такого чтения проявляется доверие читателя к автору, готовность принять изложенную информацию, реализуется установка на предельно полное понимание материала;

5. **Аналитико-критическое и творческое чтение** – два вида чтения близкие между собой тем, что участвуют в решении исследовательских задач.

**Первый** из них предполагает направленный критический анализ, как самой информации, так и способов ее получения и подачи автором.

**Второй** – поиск тех суждений, фактов, по которым или в связи с которыми читатель считает нужным высказать собственные мысли.

Из всех рассмотренных видов чтения основным для студентов является **изучающее** – именно оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания в различных областях.

Важной составляющей самостоятельной внеаудиторной подготовки является работа с литературой ко всем занятиям: семинарским, практическим, при подготовке к зачетам, экзаменам, тестированию, участию в научных конференциях.

Для улучшения обработки информации очень важно устанавливать осмысленные связи, структурировать новые сведения. Изучение научной учебной и иной литературы требует ведения рабочих записей. Форма записей может быть весьма разнообразной: простой или развернутый план, тезисы, цитаты, конспект.

**План** – основа письменной работы, определяющие последовательность изложения материала. План является краткой и доступной формой записей содержания исходного



источника информации. Это перечень основных вопросов, рассматриваемых в источнике.

**План может быть простым и развернутым.**

План позволяет наилучшим образом уяснить логику мысли автора, упрощает понимание главных моментов произведения. План позволяет быстро и глубоко проникнуть в сущность построения произведения и, следовательно, гораздо легче ориентироваться в его содержании.

План позволяет быстрее обычного вспомнить прочитанное. С помощью плана гораздо удобнее отыскивать в источнике нужные места, факты, цитаты и т.д.

**Выписки из книг, статей и др.** – небольшие фрагменты текста (неполные и полные предложения, дословные и близкие к ним записи об излагаемых в нем фактах), содержащие в себе квинтэссенцию содержания прочитанного. Выписки представляют собой более сложную форму записи содержания исходного источника информации. Выписки позволяют в концентрированной форме и с максимальной точностью воспроизвести в произвольном (чаще последовательном) порядке наиболее важные мысли автора, статистические сведения. В отдельных случаях — вполне допустимо заменять цитирование изложением, близким дословному.

**Тезисы** – сжатое изложение содержания изученного материала в утвердительной (реже опровергающей) форме. Отличие тезисов от выписок: тезисам присуща более высокая степень концентрации материала; отмечается преобладание выводов над общими рассуждениями, записываются близко к оригинальному тексту, т.е. без использования прямого цитирования.

**Аннотация** – краткое изложение основного содержания исходного источника информации, дающее о нем обобщенное представление. К написанию аннотаций прибегают, когда подлинная ценность и пригодность исходного источника информации исполнителю письменной работы окончательно неясна, но в то же время о нем необходимо оставить краткую запись с обобщающей характеристикой. Для указанной цели и используется аннотация.

**Конспект** – сложная запись содержания исходного текста, включающая в себя заимствования (цитаты) наиболее примечательных мест в сочетании с планом источника, а также сжатый анализ записанного материала и выводы по нему.

**4.4.2. Подготовка к выступлениям на практических занятиях (доклад с подготовкой презентации).**

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков: связь выступления с предшествующей темой или вопросом; раскрытие сущности проблемы; методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Важнейшие требования к выступлениям студентов – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

**Доклад** – публичное сообщение, представляющее собой развёрнутое изложение определённой темы.

#### **Этапы подготовки доклада:**

1. Определение цели доклада;
2. Подбор необходимого материала;
3. Составление плана доклада;
4. Общее знакомство с литературой и выделение основных источников;
5. Уточнение плана, отбор материала к пунктам;
6. Оформление доклада согласно требованиям;
7. Запоминание текста доклада, подготовка тезисов выступления;
8. Выступление с докладом;
9. Обсуждение доклада;
10. Оценка доклада.

**Вступление:** название доклада; основная идея; оценка предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; форму изложения; акцентирование оригинальности подхода.

**Основная часть:** суть темы, обычно строится по принципу отчёта.

**Заключение:** четкое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.

#### **4.4.3. Написание аннотаций и рецензий.**

Критическая рецензия может быть двух видов: короткая (одна страница) и развернутая (четыре-семь страниц). Обычно имеет сходную структуру.

**Введение.** Размер введения в рецензии обычно составляет один параграф для обзора журнальной статьи и два или три параграфа для рецензии на монографию или книгу. Включает в себя несколько вводных предложений, в которых кратко объясняется научная проблема, которую решает рецензируемое произведение, цель текста и суммируются основные выводы автора и ключевые аргументы.

Завершает введение краткая оценка текста, которая может быть положительной, отрицательной, либо, зачастую, смешанной.

**Краткий обзор.** Опишите ключевые выводы рецензируемого издания используя ограниченное количество примеров. Вы можете также кратко объяснить цель или намерения автора в тексте рецензии и кратко описать структуру рецензируемого издания. Обзор может занимать до трети объема критической рецензии.

**Критическая часть.** Критика представляет собой сбалансированную оценку сильных и слабых сторон, особенностей рецензируемого текста. Качественная рецензия также включает обращение к иным источникам, которые поддерживают предлагаемую Вами оценку текста. Следует продумать последовательность критики: от наиболее важных к менее важным выводам о рецензируемом тексте; если критика в большей степени положительна, чем отрицательна, упомяните негативные моменты в первую очередь, и только затем – положительные; если имеются сильные и слабые стороны применительно к каждому используемому критерию рецензирования, необходимо решить, как выстраивать критику.

Например, необходимо дать комментарий о ключевой идее текста и сделать положительные и отрицательные выводы. Можно начать с положительных особенностей идеи и после этого признать и согласиться с ее некоторыми ограничениями.

Данный пример показывает смешанную оценку, которая может быть в большей степени негативна, чем позитивна; в обширных рецензиях, следует дополнять каждые рецензируемые части работы, указывая на положительные и отрицательные стороны.

Для очень кратких критических рецензий (одна страница или менее), комментарии могут быть короче, включая параграф с позитивными аспектами и параграф с негативными; можно включить в текст рецензии, рекомендации, направленные на улучшение текста, порекомендовать различные исследовательские подходы, теоретические рамки также могут быть использованы в критической части.

**Заключение.** Это обычно очень короткий параграф. Повторите Ваше общее отношение к тексту, кратко упомяните основные рекомендации, если необходимо –

дополнительные объяснения Вашего суждения. Это поможет оформить критическую часть ясно и обоснованно.

**Обобщение и перефразирование** – основные навыки, требующиеся в академическом письме, и в особенности, для написания критических рецензий. Обобщение означает умение сократить текст до основных моментов и особо важных идей, предлагаемых автором.

Размер **обобщенной аннотации** для критической рецензии составляет от одной четверти до одной трети от общего размера. Лучший способ обобщения: Внимательно прочитайте текст. Проанализируйте информацию, которую можно выявить из введения, заключения, заголовка и подзаголовков. Чем она может рассказать Вам о основных моментах рецензируемого текста? Определите ключевые предложения и подчеркните основные положения текста как прочитанные. Перечитайте текст и сделайте отдельные заметки в основных положениях. На этой стадии нет необходимости рассматривать отдельно примеры и факты. Обычно они выборочно используются в Вашей критике.

**Перефразирование** подразумевает пересказ собственными словами. Перефразирование может быть и альтернативным. В этом случае используется прямое цитирование в обобщении и критике. При перефразировании следует использовать ссылочный аппарат. Способ перефразирования: просмотрите обобщенные примечания, перепишите их своими словами в полные предложения, используйте описывающие предложения (автор подчеркивает..., на страницах своей работы Иванов полагает, что... и т.д.), если в текст включаются уникальные или специальные фразы, они выделяются кавычками.

#### **4.4.4. Написание эссе**

Эссе *представляет собой оригинальную творческую работу*, набранную на компьютере (шрифт Times New Roman? 1,5 интервал, кегль 14, цитирование и сноски с принятыми стандартами, тщательно выверенная орфография, синтаксис; текст должен быть от 7 до 10 страниц).

Данная творческая работа не должны быть реферативного или описательного характера. Значительное место в ней необходимо уделить аргументированному представлению своей собственной точки зрения, критической оценке рассматриваемых проблем, материалов; ибо именно такой подход способствует формированию у них аналитических умений, привитию интереса к творческой самостоятельной (исследовательской) деятельности.

#### **4.4.5. Деловая игра. Метод деловой игры** представляет собой

- имитацию трудовой деятельности политконсультанта (политтехнолога);
- игровое моделирование, допустим, «предвыборной борьбы»;
- воспроизведение «реальной электоральной ситуации» «за круглым столом» в «штабе политической структуры».

Перед студентами ставятся задачи, аналогичные тем, с которыми они могут столкнуться в будущей трудовой деятельности. (Являясь, например, сотрудником-консультантом штаба той или иной избирательной кампании, как бы будут находиться в реальной политической ситуации в ходе предвыборной борьбы.)

Таким образом, студенты могут проектировать свою будущую профессиональную активность в течение определенного времени, получив задание преподавателя (*подготовительный период*).

Они знакомятся с литературой, материалами и документами, которые им предоставляет лаборатория гуманитарных и политических технологий кафедры политологии, истории и регионоведения исторического факультета ИГУ, изучают работу политконсультанта (политтехнолога), встречаются с авторитетными в регионе специалистами – политологами, политическими психологами, политтехнологами, журналистами; а также принимают участие во встречах с представителями законодательной и исполнительной власти региона, органов местного самоуправления, депутатами Государственной Думы, членами Совета Федерации Российской Федерации в Клубе публичной политики, организованном выпускниками-политологами ИГУ.

А затем, подготовив ПРОЕКТ, уже на практическом занятии в форме «деловой игры» участвуют в его открытом обсуждении, разделившись на две группы – «исполнителей» и «оппонентов». Роли студентов в деловой игре определяются заранее при получении ими задания от преподавателя.

Применение метода деловой игры позволяет отработать будущим бакалаврам *профессиональные умения и навыки* и дает возможность спрогнозировать им свое поведение в качестве профессиональных сотрудников в различных ситуациях, которые с большой долей вероятности будут возникать в будущей трудовой деятельности.

Кроме того, - что очень важно! - этот метод позволяет преподавателю оценить уровень профессиональной подготовки студентов, особенности их мыслительных процессов (*стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.*); *уровень коммуникативных навыков; их личностные качества.*

**Процедура деловой игры** включает в себя ряд этапов:

- 1) Прежде всего, совместно с преподавателем **определяются цели деловой игры.**
- 2) Затем следует **предварительная работа по сбору информации** об особенностях, например, «электоральной ситуации», для того чтобы максимально приблизить игровые условия к политическим реалиям.
- 3) После этого с учетом мнений всех студентов **прописывается сюжет, определяются процедуры, распределяются их роли, а также вырабатываются системы критериев оценки действий всех «персонажей», принципы подсчета набранных баллов, составляется хронологический график.**
- 4) **Окончательный вариант сценария согласуется со студентами.**

Сама деловая игра состоит в рассмотрении реакции всех «персонажей» в ситуации постоянных изменений алгоритмов деятельности «своей» команды и команды «политических оппонентов».

В сценарий деловой игры могут вводиться дополнительные «вспучивающие» параметры - например, «*неожиданные действия властей*», «*социальные катаклизмы*», «*акции экстремистов*» и проч.

По окончании деловой игры результаты анализируются на практическом занятии, после чего проводится процедура подведения итогов игры для ее участников.

**4.4.6. Мозговой штурм.** Метод мозгового штурма основан на стимуляции креативной деятельности студентов с помощью специальной процедуры опроса. Суть метода в генерации идей и отборе из предложенного континуума наиболее продуктивных и оригинальных.

Процедура этого метода включает в себя, как правило, четыре этапа:

- 1) На первом, **предварительном, этапе**
  - производится отбор из студентов **экспертов;**
  - **формулируется проблема**, которая должна быть решена в ходе мозгового штурма;
  - происходит **распределение ролей** участников мозгового штурма: «модератор», «творцы идей», «критики идей».

2) **Второй этап** – это генерация «творцами» как можно большего числа идей, пусть даже самых **экстравагантных.**

При выдвигении идей «критики» молчат, а модератор только *фиксирует* все предложенные пути решения проблемы, *никак не ограничивая «полет фантазии» экспертов* и никак не комментируя выносимые на обсуждение версии.

3) На **третьем этапе** происходит коллективная, с участием «критиков» группировка, отбор, улучшение предложенных идей. На этом этапе все оценочные суждения критиков приветствуются.

В процессе мозгового штурма, как правило, вначале решения не отличаются высокой оригинальностью, *но по происшествии некоторого времени типовые, шаблонные*

решения исчерпываются и у участников начинают возникать **необычные идеи**. Ведущий записывает или как-то иначе регистрирует все идеи, возникшие в ходе мозгового штурма».

4) На четвертом этапе преподаватель в заключение акцентирует **внимание студентов** на том, что этот метод они смогут использовать в своей будущей трудовой деятельности.

**Мозговой штурм может быть использован либо как вспомогательная методика для экспертной оценки, например, предвыборной ситуации, либо для поиска политконсультантами (политтехнологами) оптимальной стратегии в любых других сложных ситуациях, в том числе и для консолидации деятельности «своей» команды.** Главные его достоинства — это простота, оперативность и небольшие финансовые затраты.

#### 4.4.7. Дискуссия и фронтальный опрос

**ДИСКУССИЯ** – целенаправленное обсуждение контрольных вопросов, которые сопровождаются обменом мнений между двумя и более студентами. Задача дискуссии: обнаружить различие в понимании того или иного вопроса и в споре установить истину.

К технике управляемой преподавателем дискуссии относятся:

- определение цели, прогнозирование реакции оппонентов,
- «планирование» их поведенческих актов и действий,
- ограничение времени на выступление и их заданная ограниченность.

**ГРУППОВАЯ ДИСКУССИЯ** (обсуждение вполголоса). Для проведения такой дискуссии все студенты, разделившись во время проведения практического занятия на несколько подгрупп, обсуждают те или иные вопросы, входящие в темы практических занятий.

Результаты обсуждения следующие:

- составляется список наиболее интересных оригинальных мыслей;
- готовится краткий доклад и с ним выступают один-два члена подгруппы;
- по итогам обсуждения составляются методические рекомендации или инструкции, планы действий и др. (это может стать и одним из процедурных элементов подготовки, например, к проведению «мозгового штурма» по той или иной проблем).

Чрезвычайно важно в конце практического занятия (дискуссии) сделать обобщения, сформулировать выводы. Показать, к чему приводят ошибки и заблуждения, но обязательно *отметить все интересные мысли, высказывания, идеи и т.п.*

**ФРОНТАЛЬНЫЙ ОПРОС** – устный, общий, РАСПРОСТРАНЯЮЩИЙСЯ НА ВСЕХ СТУДЕНТОВ, ПРИСУТСТВУЮЩИХ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ, производимый ОДНОВРЕМЕННО.

Необходимый перечень контрольных вопросов по дисциплине призван способствовать систематизации самостоятельной работы магистрантов.

#### 4.4.8. Презентация результатов самостоятельной (в том числе исследовательской) работы студентов

Презентация представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов. Демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для пятиминутного выступления используется не более десяти слайдов).

На первом слайде представляется тема выступления и сведения об авторах. На слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления.

**Объем текста на слайде** – не больше 7 строк; маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов; отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках; значимая информация выделяется с помощью цвета, размера шрифта.

**Основная ошибка** – чтение текста со слайдов. На слайды может помещаться фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным

и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления.

**Требования:** средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации высокого разрешения, с четким изображением; максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация – в центре экрана. Слайд должен демонстрироваться на экране не менее 10-15 секунд. За меньшее время присутствующие не успеют осознать содержание слайда.

**Оформление презентации.** Для всех слайдов необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

Наилучшими являются контрастные цвета фона и текста (белый фон – черный текст). Лучше не смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. Неконтрастные слайды будут смотреться тусклыми и невыразительными, особенно в светлых аудиториях. Для лучшей ориентации в презентации по ходу выступления лучше пронумеровать слайды.

На слайдах должны быть поля, не менее 1 см с каждой стороны. Для акцентирования внимания можно воспользоваться лазерной указкой. Если Вы предпочитаете воспользоваться помощью оператора, а не листать слайды самостоятельно, очень полезно предусмотреть ссылки на слайды в тексте доклада.

**Заключительный слайд презентации,** содержащий текст «Спасибо за внимание» или «Конец», неприемлем для презентации, сопровождающей публичное выступление, поскольку завершение показа слайдов не является завершением выступления. Такие слайды, так же как и слайд «Вопросы?», дублируют устное сообщение.

**Оптимальный вариант – повторение первого слайда в конце презентации,** поскольку это дает возможность еще раз напомнить слушателям тему выступления и имя докладчика и либо перейти к вопросам, либо завершить выступление. После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) не предполагается**

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература**

1). А567082, нф А567083, геохим 15402, истфил 15402, ИСН 15402, ИСН 15402  
Жуков, Константин Сергеевич. Азбука избирательной кампании: Организационно - метод. и социально-психолог. аспекты : [Учебн. пособие]/ К.С. Жуков, А.Д. Карнышев. – М.: ИМА-пресс, 2001. – 327 с. . – (Библиотека группы ИМА). – Библиогр.: с. 320-321  
Экземпляры: всего: – нф (2), геохим (17), истфил (20), ИСН (7).

2). нф А650568, истфил 36537  
Карнышев, Александр Дмитриевич. Политическое соперничество: психологические и технологи-ческие ресурсы: учеб. пособие/ А. Д. Карнышев, К. С. Жуков; рец.: Ю. А. Зуляр, А. В. Шалак; Ир-кут. гос. ун-т, Ин-т соц. наук. – Иркутск: Изд-во "Форвард", 2017. – 415 с.  
Экземпляры: всего: – нф (1), истфил (11).

3). нф А584306, нф А584307, истфил 20115, истфил 20115, сирфак 20115, истфил 20115, ИСН 20115, нф А651617  
Карнышев, Александр Дмитриевич. Психология в политической деятельности: Учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. и напр. "Политология"/ А.Д. Карнышев, К.С.

Жуков, В.Ф. Шестак. – М.: ИМА-пресс, 2004. – 451 с.; с-портр. – Библиогр.: с. 443-449

Экземпляры: всего: – нф(3), истфил(50), сирфак(2), ИСН(10)

**б) дополнительная литература** – нет

**в) периодические издания** – нет

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

1. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – Справочная правовая система «Консультант Плюс»
2. <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html> – сайт исторического факультета Московского государственного университета, раздел электронной библиотеки исторической литературы и первоисточников
3. <http://www.history.spb.ru/biblioth/index.htm> – сайт исторического факультета Санкт-Петербургского государственного университета, раздел библиотеки исторической литературы
4. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики
5. <http://cikrf.ru/> - Центральная избирательная комиссия Российской Федерации
6. <http://pravo.gov.ru/> - Официальный Интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации
7. <http://fedstat.ru/indicators/start.do> - Единая межведомственная информационно-статистическая система
8. <http://irkobl.ru/> - Иркутская область. Официальный портал
9. <http://irk.gov.ru/> - Законодательное собрание Иркутской области
10. <http://www.duma.gov.ru/> - Государственная Дума. Официальный сайт
11. <http://russian.doingbusiness.org/> - Рейтинг ведения бизнеса от Всемирного банка
12. <http://kremlin.ru/> - Президент России
13. <http://ec.europa.eu/eurostat/help/new-eurostat-website> - Евростат
14. <http://www.politanaliz.ru/> - Политанализ.Ру: политический анализ, политические прогнозы и решения, оценивание программ и политик

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
664025, Иркутск, ул. Чкалова, 2, <b>Ауд. 309</b> <i>Специальное помещение:</i> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего	Аудитория оборудована: • учебной мебелью на 42 посадочных мест, • доской меловой; • техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: о проектор Epson EB-X9, о ноутбук 15.6 «Samsung RV510», о экран ScreenMedia Ecotony-3 200*200mw 1:1 настенный, о колонки.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для acad. организаций Русская версия Multiple License RU (65195558) Platforms (11447921 Государственный контракт № 03-019-13, 19.06.2013, бессрочно) 2. Microsoft Office Enterprise 2007 Russian Academic OPEN No Level (Номер Лицензии Microsoft 43364238, 17.01.2008, бессрочно) 3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License (Форус Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES Счет №РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц. № 1В08161103 014721370444),

<p>контроля и промежуточной аттестации</p>	<p>Программы для демонстрации учебно-наглядных пособий, тематических иллюстраций, презентаций и других учебных материалов, соответствующих рабочей программы дисциплины.</p>	<p>продлена до 22.01.2020  4. Mozilla Firefox 50.0 Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <a href="https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox">https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox</a>) бессрочно  5. 7zip 16.04 Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <a href="http://7-zip.org/license.txt">http://7-zip.org/license.txt</a>) бессрочно  6. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade Academic OPEN No Level Номер Лицензии Microsoft 41059241 07.09.2006 бессрочно  7. WinRAR Государственный контракт № 04-175-12 от 25.12.2012 бессрочно</p>
<p>664025, Иркутск, ул. Чкалова, 2, Ауд. 114  <i>Специальное помещение:</i>  Помещение для организации самостоятельно й работы студентов (Абонемент и читальный зал по историческим и психологически м наукам)</p>	<p>Аудитория оборудована:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• • специальной мебелью на 47 посадочных мест;</li> <li>• техническими средствами: <ul style="list-style-type: none"> <li>о компьютер Core 2 Duo E7200 250Gb 2*1024MbS VGA DVDRW - 4 шт.,</li> <li>о монитор LCD17" LGL1734S - 4 шт.,</li> <li>о системный блок Pentium Dual Core E7500,</li> <li>о системный блок Core 2 Duo E2160 SVGA - 1 шт.</li> <li>о монитор LCD19* Samsung940N6673 – 1 шт.</li> <li>о монитор LG19*1942SE SF – 1 шт.</li> </ul> </li> </ul> <p>С неограниченным доступом к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации</p>	
<p>664025, Иркутск, ул. Чкалова, 2, Ауд. 222  <i>Специальное помещение:</i>  Помещение для организации самостоятельно й работы студентов (компьютерный зал)</p>	<p>Аудитория оборудована:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• • специализированной (учебной) мебелью на 14 посадочных мест,</li> <li>• доской меловой;</li> <li>• техническими средствами обучения: <ul style="list-style-type: none"> <li>Моноблок AIO IRU T2105 21, 5 FHDP – 4 шт.;</li> <li>• Системный блок Chronos E7500-Intel – 3 шт.;</li> <li>• Системный блок P4-</li> </ul> </li> </ul>	



	<p>Celeron – 3 шт.;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Системный блок AMD Athlon II X3 455 3.3 GHz 1,5 Mb – 4 шт.</li> <li>• Монитор Samsung SyncMaster 943N – 1 шт.;</li> <li>• Монитор Samsung SyncMaster 940N – 3 шт.;</li> <li>• Монитор Samsung SyncMaster 740N – 2 шт.;</li> <li>• Монитор Samsung SyncMaster S19B300 – 1 шт.;</li> <li>• Монитор Hansol H755 – 1 шт.;</li> <li>• Монитор Pyama Prolite E1900S – 1 шт.</li> <li>• Монитор LG Flatron L1753S – 1 шт.</li> </ul> <p>С неограниченным доступом к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>	
<p>664025, Иркутск, ул. Чкалова, 2, <b>Ауд. 208</b> <b>Лаборатория</b> <b>изучения</b> <b>региональных</b> <b>политических</b> <b>элит</b> Аудитория для выполнения курсовых работ, проведения индивидуальны х консультаций</p>	<p>Аудитория оборудована:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• • стол письменный однотумбовый – 1 шт.</li> <li>• • стол компьютерный -1 шт.</li> <li>• • стул – 6 шт..</li> <li>• • стол журнальный – 1 шт.</li> <li>• • шкаф книжный - 2 шт.</li> <li>• • шкаф для одежды– 1 шт.</li> <li>• • моноблок AIO IRU T2105 21, 5 FHDP.</li> </ul>	
<p>664025, Иркутск, ул. Чкалова, 2, <b>Ауд. 310</b> <i>Специальное</i> <i>помещение:</i> Помещение для хранения технического оборудования</p>	<p>Аудитория оборудована</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• • стол письменный – 1 шт..</li> <li>• • стул – 3 шт,</li> <li>• • шкаф – 1 шт,</li> <li>• • тумба – 1 шт,</li> <li>• • сейф – 1 шт,</li> <li>• • моноблок AIO IRU T2105 21</li> <li>• • принтер Canon LBP- 810 A4</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• • копирующий аппарат Canon ir 1018</li> <li>Оборудование, используемое в учебном процессе:</li> <li>• • ноутбук ASUS Eee PC 1215N Atom D525</li> <li>• ноутбук 15.6'' Samsung RV510</li> <li>• • ноутбук Lenovo B570 – 3 шт.</li> </ul>	
--	--	--

## 6.2. Программное обеспечение:

1. Adobe Acrobat XI Лицензия AE для акад. организаций Русская версия Multiple License RU (65195558) Platforms (11447921 Государственный контракт № 03-019-13, 19.06.2013, бессрочно);
2. Microsoft Office Enterprise 2007 Russian Academic OPEN No Level (Номер Лицензии Microsoft 43364238, 17.01.2008, бессрочно);
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License (Форус Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES Счет №РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц. № 1B08161103 014721370444), продлена до 22.01.2020;
4. Mozilla Firefox 50.0 Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox>) бессрочно;
5. 7zip 16.04 Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <http://7-zip.org/license.txt>) бессрочно;
6. Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade Academic OPEN No Level Номер Лицензии Microsoft 41059241 07.09.2006 бессрочно;
7. WinRAR Государственный контракт № 04-175-12 от 25.12.2012 бессрочно.

## 6.3. Технические и электронные средства: *не требуется*

### VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривается использование в учебном процессе **активных и интерактивных форм проведения занятий** (деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, социологические исследования) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса предусмотрены

- встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций,
- мастер-классы экспертов и специалистов.

**В интерактивной форме проводятся как практические (семинарские) занятия, так и лекции**

- **Проблемная лекция.** Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.
- **Лекция-диалог.** Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

## VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Баллы за текущую работу студента по дисциплине начисляются преподавателем дважды в семестр, согласно графику учебного процесса, в период проведения межсессионного контроля текущей успеваемости. Набранная студентом сумма баллов выставляется преподавателем в ведомость.

№ п/п	Вид учебной деятельности	Баллы	Максимум за семестр
1	Выступление на практическом занятии	0-5	40
2	Ответы на вопросы на практическом занятии	0-3	
3	Написание аннотаций и рецензий	0-5	
4	Написание эссе	0-15	
5	Участие в деловой игре	0-5	
6	Участие в «мозговом штурме»	0-5	
7	Участие в дискуссии и фронтальном опросе	0-5	
8	Презентация результатов самостоятельной работы	0-8	
9	Презентация результатов самостоятельной работы Прохождение текущего тестирования	0-5	
<b>Всего за семестр</b>			<b>60</b>

В соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Иркутского государственного университета студент, набравший в результате текущей работы по дисциплине ( $S_{тек}$ ) менее 40 баллов, не допускается к сдаче экзамена и ему выставляется 0 сессионных баллов ( $S_{сес} = 0$ ).

Студент, набравший в течение семестра ( $S_{тек}$ ) 40 и более баллов, допускается к сдаче экзамена по дисциплине, на котором может набрать ( $S_{сес}$ ) до 30 баллов.

Если на экзамене сумма баллов студента составляет менее 10, то экзамен считается не сданным, студенту выставляется  $S_{сес} = 0$  баллов, а в ведомость выставляется оценка «неудовлетворительно».

Если на экзамене (зачете) студент набирает 10 и более баллов, то они прибавляются к сумме баллов за текущую работу и переводятся в академическую оценку (см. таблицу), которая фиксируется в зачетной книжке студента.

Итоговый семестровый рейтинг ( $S_{итог}$ )	Академическая оценка
60-70 баллов	«удовлетворительно»
71...85 баллов	«хорошо»
86...100 баллов	«отлично»

Преподаватель имеет право (с согласия студента) выставить экзаменационную оценку без процедуры сдачи экзамена, если сумма баллов, набранная студентом за текущую работу ( $S_{тек}$ ) составит 70 и более баллов.

В этом случае к набранному студентом количеству баллов за текущую работу автоматически добавляется 20 баллов и выставляется соответствующая академическая оценка.

Согласно Положению о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов Иркутского государственного университета, усвоение студентом каждой

изучаемой в семестре дисциплины максимально оценивается 100 баллами. Указанное максимальное количество баллов ( $S_{итог}$ ), которое студент может набрать за семестр по каждой дисциплине складывается из **суммы баллов за текущую работу в семестре ( $S_{тек}$ ) и баллов, полученных на экзаменационной сессии ( $S_{сес}$ )**.

При этом максимальное количество баллов за текущую работу в семестре ( $S_{тек}$ ) ограничивается 60-ю баллами, а на оценку экзамена или зачета ( $S_{сес}$ ) максимально предусматривается 30 баллов.

**Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену:**

1. Общая характеристика избирательных кампаний как важнейшей составляющей части политического процесса
2. Субъект-объектные отношения в рамках избирательных процессов.
3. Общая характеристика ресурсов избирательной кампании
4. Понятие стратегии избирательной кампании.
5. Научные основы современных избирательных технологий.
6. Определение политических и управленческих целей в избирательной кампании.
7. Понятие тактики избирательной кампании и её основные элементы.
8. Концепция избирательной кампании как обобщенный документ стратегии и тактики.
9. Основные стадии и этапы подготовки и проведения избирательной кампании.
10. Основные модели управления избирательной кампании
11. Компоненты структуры личности.
12. Политико-психологический портрет кандидата.
13. Имидж как социально-психологическая категория.
14. Политическая реклама: понятие, цели и задачи, методы, средства, формы и способы в избирательных кампаниях
15. Место и роль технологии оргмассовой работы (полевых технологий) в избирательной кампании.
16. Разработка АПМ, апробация, тиражирование.
17. Особенности организации пикетов, митингов, шествий, праздничных мероприятий.
18. Паблик рилейшнз как «прозрачные» технологии в избирательных кампаниях
19. Основные цели и задачи, функции СМИ в избирательных кампаниях.
20. Понятие и сущность манипулирования в политике.
21. Особенности российской электоральной культуры и манипулирование общественным сознанием в российских избирательных кампаниях.

**Материалы для проведения промежуточного контроля знаний студентов:**

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1.	Экзамен	Введение в дисциплину Основные акторы избирательных процессов Ресурсы избирательной кампании Стратегия и тактика избирательной	ПК-2

	<p>кампании</p> <p>Планирование избирательной кампании</p> <p>Управление в избирательной кампании</p> <p>Личность кандидата и технологии формирования его имиджа в избирательной кампании</p> <p>Политическая реклама и агитация в избирательной кампании</p> <p>Традиционные технологии оргмассовой работы (полевые технологии)</p> <p>PR-обеспечение и роль СМИ в избирательной кампании</p> <p>Манипулятивные (деструктивные) избирательные технологии</p>	
--	---	--

**Разработчики:**

Кандидат исторических наук, доцент К. С. Жуков



Программа рассмотрена на заседании кафедры политологии, истории и регионоведения. Протокол № 6 от «14» мая 2020 г.

Доктор исторических наук, зав. кафедрой Ю. А. Зуляр



*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*