



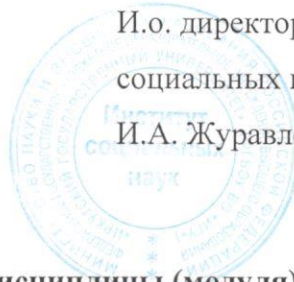
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра государственного и муниципального управления

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора Института
социальных наук, доцент

И.А. Журавлева

19 апреля 2023 г



Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.ДВ.05.01 Политический маркетинг**

Направление подготовки **_38.04.04_ Государственное и муниципальное управление**

Направленность (профиль) **Государственное и муниципальное управление**

Квалификация (степень) выпускника **МАГИСТР**

Форма обучения **очная, очно-заочная, заочная**

(с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)

Согласовано с УМК Института социальных наук, протокол № 8 от 19 апреля 2023 г.

Председатель УМК, профессор

Т.И. Грабельных

Рекомендовано кафедрой государственного и муниципального управления, протокол

№ 8 от 12 апреля 2023 г.

Зав. кафедрой

И.А. Журавлева

Иркутск 2023 г.

Содержание

	стр.
I Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
II Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.	3
III Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
IV Содержание и структура дисциплины (модуля)	7
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	7
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
4.3.Содержание учебного материала	15
4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	15
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	15
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	16
4.5. Тематика курсовых работ(проектов)	16
V Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	17
а) перечень литературы	17
б) периодические издания	17
в) список авторских методических разработок	18
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
VI Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	21
VII Образовательные технологии	23
VIII Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	20

I Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цели: основной целью дисциплины «Политический маркетинг» является формирование целостных представлений студента о теоретико-прикладных исследованиях в современной политической науке.

Задачи:

1. сформировать представление о возможностях и пределах политических акторов (государства) в урегулировании и конструировании общественных структур, институтов и отношений;

2. научить основным механизмам и технологиям преобразующей деятельности государства в публичной сфере и в области госаппарата (касательно его строения и функций);

3. дать представление об особенностях применения политического менеджмента в основных отраслях, сферах и на социальных площадках общества (электоральной, административной, коммуникативно-дискурсивной и проч.).

II МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.05.01 Политический маркетинг относится к обязательной части программы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, изучаемыми на уровне бакалавриата: Б1.В.ДВ.05.03 Основы личностного и профессионального роста, Б1.В.ДВ.05.02 Социально-политическая система Российской Федерации, Б1.В.ДВ.01.02 Управление некоммерческими организациями, Б1.В.ДВ.01.01 Взаимодействие власти, бизнеса и общества в рамках корпоративной социальной ответственности, Б1.О.05 Теория и механизмы современного государственного управления.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Б1.О.06 Информационно-аналитические технологии государственного и муниципального управления, Б1.О.08 Муниципальное управление и местное самоуправление в современной России, Б1.О.09 Проектное управление в государственном муниципальном управлении, Б1.О.11 Государственная и муниципальная служба в современной России.

III ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

ПК-3 Способен применять современные методы диагностики политических процессов, готовить информационные и аналитические материалы по вопросам деятельности политических партий, участников избирательного и референдумного процессов, осуществлять мониторинг общественного мнения и СМИ;

ПК-6 Способен использовать информационные технологии для решения различных административных задач, осуществлять верификацию и структуризацию информации для оценки реальных управленческих ситуаций, применять навыки количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды деятельности органов государственной власти;

ПК-7 Способен использовать технологии проектного управления в государственном секторе, осуществлять обоснование исполнения социальных и экономических программ с использованием методов проектного анализа, осуществлять ведение проектной документации

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-3 Способен применять современные методы диагностики политических процессов, готовить информационные и аналитические материалы по вопросам деятельности политических партий, участников избирательного и референдумного процессов, осуществлять мониторинг общественного мнения и СМИ	ИДК ПК-3.1. Использует современные методы диагностики участников политических процессов	Знать: современные тенденции развития политических и социальных процессов в мире и в стране, развития мировой и национальной политики. Уметь: понимать современные тенденции развития политических, экономических, социальных процессов в мире и в России, уметь ориентироваться в вопросах глобальной политики. Владеть: технологиями оценки современных тенденций развития политических процессов.

	<p>ИДК ПК-3.2. Использует аналитические материалы по направлениям деятельности политических партий, участников избирательного и референдумного процессов и СМИ</p>	<p>Знать: современные механизмы государственного управления в Российской Федерации в современных социально-политических условиях. Уметь: применять современные механизмы государственного управления в процессе государственного управления, оценивать их эффективность с учетом современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, развития международной конкуренции. Владеть: навыками анализа современных тенденций развития политических процессов, развития мировой и национальной экономики, международной конкуренции, использования механизмов современного государственного управления в практической профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-6 Способен использовать информационные технологии для решения различных административных задач, осуществлять верификацию и структуризацию информации для оценки реальных управленческих ситуаций, применять навыки количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды деятельности органов государственной власти</p>	<p>ИДК ПК-6.1 Использует информационные технологии при решении различных административных задач, верификации и структуризации информации для оценки реальных управленческих ситуаций</p>	<p>Знать: знать современные информационные системы и методы принятия организационных управленческих решений и их реализации органами государственного управления. Уметь: уметь проводить анализ и диагностику организационных, социально-экономических проблем, разрабатывать организационные управленческие решения по их реализации. Владеть: владеть организационными способностями, умением находить и принимать организационные управленческие решения в государственном управлении.</p>
	<p>ИДК ПК-6.2. Применяет методы количественного и качественного анализа при оценке состояния экономической, социальной, политической среды</p>	<p>Знать: технологии поиска и принятия организационных управленческих решений в сфере государственного управления. Уметь: использовать методы принятия организационных управленческих решений, направленных на развитие системы государственного</p>

		управления в рамках административной реформы. Владеть: технологиями принятия органами государственного управления организационных управленческих решений.
<p>ПК-7 Способен использовать технологии проектного управления в государственном секторе, осуществлять обоснование исполнения социальных и экономических программ с использованием методов проектного анализа, осуществлять ведение проектной документации</p>	<p>ИДК ПК7.1 Применяет инструментальные средства управления проектами на различных этапах жизненного цикла проекта</p>	<p>Знать: основы работы проектной документацией Уметь: применять инструментальные средства управления проектами Владеть: технологиями проектного управления в государственном секторе</p>
	<p>ИДК ПК7.2 Производит качественную и количественную оценку рисков проектов, определяет эффективность проекта, разрабатывает бизнес-план проекта</p>	<p>Знать: основы разработки бизнес-плана проекта Уметь: определять эффективность проекта Владеть: навыками качественной и количественной оценки рисков проектов</p>
	<p>ИДК ПК7.3 Осуществляет контроль и регулирование хода выполнения проекта и программы по основным параметрам</p>	<p>Знать: методы контроля и регулирования Уметь: регулировать ход выполнения проекта Владеть: навыками разработки программ по основным параметрам</p>

IV СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. В том числе 4 зачетных единиц.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 9 часов

Форма промежуточной аттестации: зачет

—

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

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Предмет и содержание курса. Становление понятийного аппарата и инструментария политического маркетинга.	1	2	2	-	18	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады
2.	Методы, инструменты, технологии политического маркетинга.	1	1	1	-	12	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады
3.	Эволюция политического маркетинга в США и странах Европы. Возникновение политического маркетинга на западе. История. Закономерности. Особенности. Этапы развития. Причины разнообразия.	1	1	1	-	22	Результаты устных опросов и выполнения заданий на

№ 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
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации					
							компьютере, доклады			
4.	Политический маркетинг в России. Особенности, виды, структура. Перспективы развития	1	2	2	-	28	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады			
5.	Политические коммуникации. СМИ и политический маркетинг. Конструирование политических коммуникаций.	1	1	1	-	22	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады			
6.	Сетевые коммуникации. Структура сетевых коммуникаций. Будущее политического маркетинга.	1	1	1	-	24	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады			
Итого часов			8	8	-	123	Зачет			

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Предмет и содержание курса. Становление понятийного аппарата и инструментария политического маркетинга.	1	2	2	-	18	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады
2.	Методы, инструменты, технологии политического маркетинга.	1	1	1	-	10	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады
3.	Эволюция политического маркетинга в США и странах Европы. Возникновение политического маркетинга на западе. История. Закономерности. Особенности. Этапы развития. Причины разнообразия.	1	1	1	-	22	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады
4.	Политический маркетинг в России. Особенности, виды, структура. Перспективы развития	1	2	2	-	28	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады
5.	Политические коммуникации. СМИ и политический маркетинг. Конструирование политических коммуникаций.	1	1	1	-	22	Результаты устных опросов и выполнения

№ 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			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
							заданий на компьютере, доклады	
6.	Сетевые коммуникации. Структура сетевых коммуникаций. Будущее политического маркетинга.	1	1	1	-	24	Результаты устных опросов и выполнения заданий на компьютере, доклады	
Итого часов			8	8	-	123	Зачет	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очная форма обучения

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Предмет и содержание курса. Становление понятийного аппарата и инструментария политического маркетинга.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 4-й недели семестра	18	Защита доклада, разработка презентации на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-4]. Доп. литература: [3, 4].

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Методы, инструменты, технологии политического маркетинга.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 8-й недели семестра	12	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-4]. Доп. литература: [1, 2].
1	Эволюция политического маркетинга в США и странах Европы. Возникновение политического маркетинга на западе. История. Закономерности. Особенности. Этапы развития. Причины разнообразия.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 12-й недели семестра	22	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос, эссе	Осн. литература: [1-4].
1	Политический маркетинг в России. Особенности, виды, структура. Перспективы развития	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 14-й недели семестра	28	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-6]. Доп. литература: [1-4].
1	Политические коммуникации. СМИ и политический маркетинг. Конструирование политических коммуникаций.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 16-й недели семестра	22	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос, эссе	Осн. литература: [1-4].

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Сетевые коммуникации. Структура сетевых коммуникаций. Будущее политического маркетинга.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 18-й недели семестра	24	Защита доклада, разработка презентации на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-4]. Доп. литература: [3, 4].
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				123		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				25		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				123		

Очно-заочная, заочная форма обучения

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Предмет и содержание курса. Становление понятийного аппарата и инструментария политического маркетинга.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 4-й недели семестра	18	Защита доклада, разработка презентации на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-4]. Доп. литература: [3, 4].

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Методы, инструменты, технологии политического маркетинга.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 8-й недели семестра	12	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-4]. Доп. литература: [1, 2].
1	Эволюция политического маркетинга в США и странах Европы. Возникновение политического маркетинга на западе. История. Закономерности. Особенности. Этапы развития. Причины разнообразия.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 12-й недели семестра	22	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос, эссе	Осн. литература: [1-4].
1	Политический маркетинг в России. Особенности, виды, структура. Перспективы развития	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 14-й недели семестра	28	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-6]. Доп. литература: [1-4].
1	Политические коммуникации. СМИ и политический маркетинг. Конструирование политических коммуникаций.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 16-й недели семестра	21	Защита доклада, разработки на персональном компьютере, устный опрос, эссе	Осн. литература: [1-4].

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Сетевые коммуникации. Структура сетевых коммуникаций. Будущее политического маркетинга.	Закрепление и систематизация знаний по теме занятия. Работа со справочной литературой, с интернет-источниками. Разработка задания на персональном компьютере.	Конец 18-й недели семестра	22	Защита доклада, разработка презентации на персональном компьютере, устный опрос	Осн. литература: [1-4]. Доп. литература: [3, 4].
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				123		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				22		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				123		

4.3 Содержание учебного материала

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
1,2	Предмет и содержание курса. Становление понятийного аппарата и инструментария политического маркетинга.	Разработка материалов в электронном формате: документ, таблица, презентация.	1	Доклад, разработка на ПК, опрос	ПК-3; ПК-6; ПК-7
3,4	Методы, инструменты, технологии политического маркетинга.	Разработка в MS Office: документ, электронная таблица, презентация, публикация.	1	Доклад, разработка на ПК, опрос	ПК-3; ПК-6; ПК-7
5,6	Эволюция политического маркетинга в США и странах Европы. Возникновение политического маркетинга на западе. История. Закономерности. Особенности. Этапы развития. Причины разнообразия.	Разработка документов в MS Office, в системах электронного документооборота.	1	Доклад, разработка на ПК, опрос	ПК-3; ПК-6; ПК-7
7	Политический маркетинг в России. Особенности, виды, структура. Перспективы развития	Разработка политической программы, направленной на решение актуальных социальных проблем региона	1	Доклад, разработка на ПК, опрос	ПК-3; ПК-6; ПК-7
8	Политические коммуникации. СМИ и политический маркетинг. Конструирование политических коммуникаций.	Разработка материалов в электронном формате: документ, таблица, презентация.	2	Доклад, разработка на ПК, опрос	ПК-3; ПК-6; ПК-7
9	Сетевые коммуникации. Структура сетевых коммуникаций. Будущее политического маркетинга.	Разработка в MS Office: документ, электронная таблица, презентация, публикация.	2	Доклад, разработка на ПК, опрос	ПК-3; ПК-6; ПК-7
	Всего часов:		8		

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

№п/п	Тема*	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
------	-------	---------	-------------------------	-----

1	Политический маркетинг в России.	Самостоятельного изучения https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38220804 ; https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32413349 Альтернатива: на платформах ellibnb.library.isu.ru Результат – эссе или доклад.	ПК-3 Способен применять современные методы диагностики политических процессов, готовить информационные и аналитические материалы по вопросам деятельности политических партий, участников избирательного и референдумного процессов, осуществлять мониторинг общественного мнения и СМИ	ИДК пк-3.1. Использует современные методы диагностики участников политических процессов
---	----------------------------------	--	---	---

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа заключается:

- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы, обучающим фильмам из интернета;
- в выполнении домашних заданий, как правило, заключающихся в разработке какого-либо информационно-коммуникационного продукта;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям, по интернет-источникам;
- в выполнении контрольных мероприятий по дисциплине;
- в подготовке сообщений и докладов.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (указать при наличии)

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

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

а) основная литература:

1. Деркач, А. А. Политическая психология : учебник для бакалавров / А. А. Деркач, Л. Г. Лаптев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 591 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3032-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508866> (дата обращения: 31.05.2023).

2. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518935> (дата обращения: 31.05.2023).

3. Нигматуллина, Т. А. Политическая медиация : учебное пособие для вузов / Т. А. Нигматуллина, Л. О. Терновая. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05665-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515070> (дата обращения: 31.05.2023).

4. Политический анализ и прогнозирование : учебник для вузов / под общей редакцией В. А. Семенова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12707-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516024> (дата обращения: 31.05.2023).

5. Пушкарева, Г. В. Политический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Г. В. Пушкарева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15725-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511307> (дата обращения: 31.05.2023).

6. Селентьева, Д. О. Политическая имиджелогия : учебное пособие для вузов / Д. О. Селентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 164 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06386-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512609> (дата обращения: 31.05.2023).

7. Семенов, В. А. Политический менеджмент : учебное пособие для вузов / В. А. Семенов, В. Н. Колесников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2023. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08008-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516022> (дата обращения: 31.05.2023).

8. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517753> (дата обращения: 31.05.2023).

9. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510076> (дата обращения: 31.05.2023).

10. Туронок, С. Г. Политический анализ и прогнозирование : учебник для вузов / С. Г. Туронок. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00486-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511306> (дата обращения: 31.05.2023).

11. Франц, В. А. Политический маркетинг : учебное пособие / В. А. Франц. — Екатеринбург : УрФУ, 2017. — 92 с. — ISBN 978-5-7996-2071-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/170068> (дата обращения: 31.05.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

12. Чуев, С. В. Политический менеджмент. Коммуникативные технологии : учебное пособие для вузов / С. В. Чуев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09615-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515059> (дата обращения: 31.05.2023).

б) дополнительная литература:

1. Василенко, И.А. Государственное и муниципальное управление [Электронный ресурс] : учебник / Василенко И.А. - 6-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 494 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - ISBN 978-5-9916-3279-9. - 5 доступов.+

2. Гринберг, Т. Э. Политические технологии [Текст] : учеб. пособие для студ вузов, обуч. по направл. 520600 и спец. 021400 "Журналистика" / Т. Э. Гринберг. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 272 с. - а-ил. Экземпляры: всего: – нф (1), истфил (5)+

3. Елисеев, С. М. Политическая социология [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Елисеев С.М. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 412 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - 10 доступов.+

4. Зорин, В.Ю. Национальная политика российского государства в XX — начале XXI века [Текст : Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. Ю. Зорин. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан.сб. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 251 с. - (Авторский учебник). - Режим доступа: ЭБС "Юрайт". - Internet access. - ISBN 978-5-534-06651-7. - Неогр. доступ.

5. Россия в глобальной политике [Текст : Электронный ресурс] : Учебник. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан.сб. - М : Издательство Юрайт, 2018. - (Бакалавр. Академический курс). - Режим доступа: ЭБС "Юрайт". - Internet access. - ISBN 978-5-534-03647-3. - Неогранич. доступ.

6. Пушкарёва, Г. В. Политический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Пушкарёва Г.В. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 365 с. - (Бакалавр. Академический курс. Модуль.). - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - 5 доступов.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Интернет-источники:

1. Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ - [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/>
2. Сайт Министерства образования и науки РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/>
3. Сайт Правительства Иркутской области [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.irkobl.ru/government/executive/government/>
4. Сайт Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: [http:// pravitelstvo.gov.ru](http://pravitelstvo.gov.ru).
5. Сайт Председателя Правительства РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://premier.gov.ru/>
6. Сайт Президента РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/>
7. Сайт Федерального собрания Российской Федерации. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://council.gov.ru/>
8. Сервер органов государственной власти Российской Федерации «Официальная Россия». [Электронный ресурс] Режим доступа: [http:// www.gov.ru](http://www.gov.ru).
9. Указы Президента «Российская газета» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rg.ru/news/sites/pravitelstvo/index.html>
10. Ассоциация сибирских и дальневосточных городов [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.asdg.ru/>
11. Вопросы местного самоуправления [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vmsu.ru/>
12. Институт муниципального управления, г. Обнинск [Электронный ресурс] Режим доступа: www.rels.obninsk.com/
13. Информационные ресурсы России. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rir.csti.ru>.
14. Комитет по вопросам местного самоуправления Государственной Думы

- [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru/localcom/>
15. Конгресс муниципальных образований Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.kmo.ru/>
 16. Менеджмент муниципальных услуг [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.tacis-muse.ru/>
 17. Местное самоуправление [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://vff-s.narod.ru/msu/msu.html>
 18. Реформа местного самоуправления в Иркутской области [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.irkobl.ru/government/local/local/>
 19. Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр) [Официальный сайт]. URL: <http://www.levada.ru>.
 20. Всероссийский Центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Официальный сайт]. URL: <http://wciom.ru>.
 21. Исследовательская группа ЦИРКОН [Официальный сайт]. URL: <http://www.zircon.ru>.
 22. Фонд Общественное Мнение (ФОМ) [Официальный сайт]. URL: <http://fom.ru>.
 23. Российская ассоциация по бизнес-коммуникациям (РАБК) [Официальный сайт]. URL: <http://www.rabc.org.ru>.
 24. Информационно-аналитический портал Гуманитарные технологии [Официальный сайт]. URL: <http://gtmarket.ru>

Перечень электронных ресурсов (ЭБС) по состоянию на 01.01.2023 г.:

ЭБС «Национальный цифровой ресурс ЭБС «Издательство Лань» (адрес доступа: <http://e.lanbook.com/>): ООО «Издательство Лань». Контракт № 274/22 от 28.10.2022 г. Срок действия по 13.11.2023 г. Цена контракта: 600 000 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

ЭБС ЭЧЗ «Библиотех» (адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>): ООО «Библиотех». ООО «Интеллект». Контракт 068/22 от 31.05.2022 г. – 3 назв. Срок действия: бессрочный. Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

«Рукоонт» (Адрес доступа: <http://rucont.ru/>): Контракт № 286/22 от 08.11.2022г.; Акт от 14.11.2022 г. Срок действия по 13.11.2023 г. Цена контракта: 241 311 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

ЭБС «Айбукс.ru/ibooks.ru» (адрес доступа: <http://ibooks.ru/>): ООО «Айбукс» Контракт № 275/22 от 08.11.2022 г.; Акт №258 от 14.11.2022 г. Срок действия по 13.11.2023 г. Цена контракта: 265 348 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ неограниченному числу пользователей из любой точки сети Интернет.

Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт» (адрес доступа: <https://urait.ru/>): ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 250/22 от 14.09.2022г.; Срок действия по 17.10. 2023 г. Цена контракта: 821 465 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно приложения к Контракту. Электронные версии печатных изданий по различным отраслям знаний, свыше 10,6 тыс. назв.

Электронная библиотека ИД Гребенников (адрес доступа: <http://grebennikon.ru/>): ООО «ИД «Гребенников», ООО «ИД «Гребенников», контракт № 295/22.; Акт от 02.12.22 г. Срок действия с 01.01.2023 по 31.12.2023 г. Цена контракта: 94 759 руб. Количество пользователей: круглосуточный доступ из любой точки сети Интернет, количество одновременных доступов согласно приложения к Контракту. Характеристика: полные тексты статей из журналов по подписке - 28 назв., альманахов – 49 назв., видеоматериалы – 232 назв.

Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» (адрес доступа:

<http://elibrary.ru>): ООО «НЭБ», Контракт № 334/22 от 05.12.2022 г.; Акт от 19.12.2022 г. Срок действия по 31.12. 2023 г. Цена контракта: 527 489,00 руб. Количество пользователей неограниченное, доступ в локальной сети вуза. Характеристика: полные тексты статей из журналов по подписке - 49 наим.; доступ к архивам в течение 9 лет, следующих после окончания срока обслуживания; полные тексты статей из журналов свободного доступа.

ЭКБСОН (адрес доступа: <http://www.vlibrary.ru>): Соглашение № 84 ЭКБСОН от 15.10.2015 о сотрудничестве в области развития Информационной системы доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки в рамках единого Интернет-ресурса. Исполнитель: Федеральное государственное бюджетное учреждение «Государственная публичная научно-техническая библиотека России». Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ. Единая информационная система доступа к электронным каталогам библиотечной системы образования и науки в рамках единого Интернет-ресурса на основе унифицированного каталога библиотечных ресурсов

Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» (НЭБ) (Адрес доступа: <http://нэб.рф>): Федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека». Договор № 101/НЭБ/0760 от 14.09.2015 о предоставлении доступа к Национальной электронной библиотеке. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений, с компьютеров сети ИГУ. Доступ к совокупности распределенных фондов полнотекстовых электронных версий печатных, электронных и мультимедийных ресурсов НЭБ, а также к единому сводному каталогу фонда НЭБ.

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ): ООО «Информационный Центр ЮНОНА». Договор о сотрудничестве от 15.10.2018. Срок действия – до расторжения сторонами. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений. Характеристика: правовая БД – законодательство РФ, международное право, юридическая литература.

Научная библиотека Иркутского государственного университета [Офф. сайт]. URL: <http://ellib.library.isu.ru> (дата обращения: 02.03.2023).

Образовательный портал Иркутского государственного университета [Офф. сайт]. URL: <http://educa.isu.ru> (дата обращения: 02.03.2023).

Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [Офф. сайт]. URL: <http://ecsocman.hse.ru> (дата обращения: 02.03.2023).

Справочно-правовая система «ГАРАНТ» (адрес доступа: в локальной сети НБ ИГУ): Договор № Б/12 об информационно-правовом сотрудничестве между ООО «Гарант-Сервис-Иркутск» и Федеральное государственное бюджетное управление высшего профессионального образования «Иркутский государственный университет» (ФГБОУ ВПО «ИГУ») от 16.11.2012; Регистрационный лист № 38-70035-003593 от 21.11.2012. Срок действия – до расторжения сторонами. Цена контракта: на безвозмездной основе. Количество пользователей: без ограничений. Правовая БД – законодательство РФ, международное право, юридическая литература.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по всем дисциплинам, практикам, ГИА, указанным в учебном плане ОПОП ВО 38.03.02 Менеджмент. Подробная информация представлена на сайте библиотеки ИГУ: http://library.isu.ru/ru/inform_serv/For_teachers/useful_inform.html.

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд обеспечивает печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляров каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их

здоровья.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Занятия по данной дисциплине не требуют специализированных аудиторий, предназначенных для проведения лабораторного практикума. Лекционные и практические занятия, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль и промежуточная аттестация, самостоятельная работа студентов проводятся в лекционных и семинарских учебных аудиториях Института социальных наук (г. Иркутск, ул. Ленина, 3), оборудованных специализированной учебной мебелью, меловыми и маркерными досками, оборудованием для презентации учебного материала – стационарными либо переносными компьютерами, мультимедийными проекторами, колонками.

6.2. Программное обеспечение

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подробные сведения приведены на сайте ИГУ: ЦНИТ. РЕЕСТР программного обеспечения 2023 – <https://isu.ru/ru/employee/license/main/>).

В ИСН ИГУ имеется программное обеспечение:

1. Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад. организаций Русская версия Multiple License RU (65195558) Platforms (11447921 Государственный контракт № 03-019-13, 19.06.2013, бессрочно).

2. Microsoft® Office Standart 2010. Номер Лицензии Microsoft 60642086. Лицензия от 11.07.2012; бессрочно.

3. Kaspersky Free (ежегодно обновляемое ПО) Условия использования по ссылке: <http://www.kaspersky.ru/free-antivirus>; бессрочно.

4. 7zip (ежегодно обновляемое ПО) Условия использования по ссылке: <https://www.7-zip.org/license.txt>; бессрочно

5. WinRAR Государственный контракт № 04-175-12 от 26.11.2012, бессрочно.

6. Программа для статистической обработки данных SPSS Statistics 17.0 (SPSS Base Statistics; кол-во 16; сублицензионный договор №2008/12-ИГУ-1 от 11.12.2008 г. бессрочно; IBM SPSS Custom Tables; кол-во 7; лицензионный договор №20091028-1 от 28.10.2009 г.; бессрочно; IBM SPSS Custom Tables; кол-во 7; сублицензионный договор №АЛ120503-1 от 03.05.2012 г.; бессрочно); IBM SPSS Statistics 22 (IBM SPSS Statistics Base Campus Edition, IBM SPSS Custom Tables; кол-во 15; лицензионный договор №20161219-2 от 26.12.2016 г.; бессрочно).

7. «Антиплагиат.ВУЗ», 25 тыс. проверок договор №5789/347/22 от 30.12.2022, на 1 год.

8. Acrobat Professional 10.0 WIN AOO License RU (65083701) Cetificate Number: 9435977 Котировка № 03-165-11 от 23.11.2011 Дата лицензии 09.12.2011; бессрочно

9. CorelDRAW Graphics Suite X7 Education Lic (5-50) СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № ЦПП/ - Лиц. договор / 326 от 23 января 2015 г. Corel License number: 081571. Лицензия от 30.01.2015; бессрочно.

10. Mozilla Firefox (ежегодно обновляемое ПО). Условия правообладателя (Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox>), бессрочно.

6.3. Технические и электронные средства

В ходе учебного процесса используется электронный портал университета и большое количество электронных средств обучения, в том числе бесплатные образовательные ресурсы интернет-сервиса Youtube, а также Массовые открытые онлайн-курсы: <https://educa.isu.ru/>

<https://www.youtube.com>
<https://isu.antiplagiat.ru/>
<https://openedu.ru/>
<https://arzamas.academy/>
<https://www.coursera.org/>
<https://www.udacity.com/>

Материально-техническое обеспечение дисциплины

664003, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, учебный корпус №3, ауд. 224 (этаж 2, помещение 1):

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации на 70 рабочих мест (75,7 кв.м), оборудованная специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья, меловая доска, кафедра); оборудованием для презентации учебного материала и тематических иллюстраций, соответствующих рабочей программе дисциплины «Политический маркетинг»: проектор Epson EMP-S52, ноутбук 15.6 «Samsung» NP350E5C.

Рабочий кабинет кафедры государственного и муниципального управления № 107 для организации индивидуальной работы и контроля самостоятельной работы, оборудованный специализированной (учебной) мебелью (компьютерные столы, стулья); оборудованием для редактирования текста, распечатки, копирования, сканирования и презентации учебного материала по дисциплине «Политический маркетинг»: Копировальный аппарат Canon IR-2016J - 1 шт, Монитор LCD 19 Samsung B1930 NW - 1шт, Принтер HP P1005 - 1 шт, Системный блок Lenovo - 1 шт, Принтер Kyocera 2035d - 1 шт, МФУ MFP M125r - 1 шт, Монитор BenQ 24 Senseye 3 - 1 шт, Системный блок Dexp Atlas H105 - 1 шт, МФУ Brother MFC 1912WR - 1 шт.

664003, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Ленина, 3, учебный корпус №3, ауд. 210 (этаж 2, помещение 25):

Компьютерный класс (учебная аудитория) для организации самостоятельной работы, курсового проектирования на 16 рабочих мест, оборудованная специализированной (учебной) мебелью (компьютерные столы, стулья, переносная доска); Системные блоки: (Athlon x2 245, ОЗУ 4Gb) – 1шт, (i3-2120, ОЗУ 8Gb) – 2шт, (Celeron G1840, ОЗУ 8Gb) – 2шт, (Celeron G4900, ОЗУ 8Gb) – 4шт, (Core 2 Duo E8600, ОЗУ 2Гб) – 1шт, (Core 2 Duo E8400, ОЗУ 3Гб) – 1шт, (Celeron G3930, ОЗУ 8Gb) – 2шт, (Celeron G1840, ОЗУ 8Gb) – 1шт, (i5-2500, ОЗУ 8Гб) – 1шт, (Celeron G3930, ОЗУ 16Gb) – 1шт. Монитор LG Flatron E2242C – 12шт, Монитор Монитор Samsung 943N – 1шт, Монитор LG Flatron L1752TR – 1шт, Монитор Acer AL1717 – 1шт, Монитор Samsung 720N – 1шт. Оснащен неограниченным доступом к сети Интернет: мобильный мультимедиа проектор Acer X1323WHP, переносной экран, колонки; наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Политический маркетинг», с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) 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.

Преподавание дисциплины «Политический маркетинг» предполагает использование следующих образовательных технологий:

- проведение аудиторных занятий с использованием мультимедийных технологий, аудио- и видеоматериалов;
- проведение лекционных занятий в форме проблемной лекции, лекции- дискуссии;
- использование проблемно-ориентированного подхода посредством проведения самостоятельных работ;
- тестовые технологии;
- применение интерактивных обучающих технологий, таких как групповая дискуссия, работа в малых группах;
- проведение мастер-классов со специалистами по постановке голоса и технике речи с целью формирования и развития речевых навыков студентов;
- выполнение студентами контрольных и самостоятельных работ.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин (определяется требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП). Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов определяется соответствующим рабочим учебным планом в соответствии с требованиями ФГОС.

Дистанционные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы:

- WEB-консультации по подготовке, выполнению и защите курсовых и выпускных работ;
- индивидуальное общение со студентами через электронную почту;
- дистанционные лекции с использованием информационных платформ для проведения вебинаров онлайн ClickMeeting, Zoom;
- использование специализированного образовательного портала ИГУ <https://educa.isu.ru/> для организации текущего контроля за успеваемостью и посещаемостью.

Дистанционные технологии при освоении дисциплин применяются с использованием Образовательного портала Иркутского государственного университета (Адрес доступа: <http://educa.isu.ru>). Текст лекций, задания к практическим занятиям размещаются по дисциплинам в соответствующих разделах указанного информационного портала ИГУ. Интерактивное общение со студентами осуществляется на информационных платформах ClickMeeting и Zoom. Сроки и план видеоконференции задает преподаватель. Кроме того, преподаватель использует дистанционное чтение лекций и проведение практических занятий в Skype. При необходимости прием экзамена осуществляется в дистанционной форме с использованием информационных платформ. Индивидуальное общение со студентами проходит также через электронную почту преподавателя.

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства для входного контроля.

Основной его целью является выявление пробелов в знаниях, требуемых для дальнейшей работы по курсу. Для преподавателя это необходимо, чтобы оценить уровень готовности группы в целом; проблемы отдельных студентов и их отношение к оценке уровня своей готовности. Входной контроль необходим, чтобы наметить пути устранения выявленных проблем, спланировать содержание, методику работы, организацию самостоятельной работы.

Входной контроль по дисциплине «Политический маркетинг» проводится в форме тестов.

Демонстрационный вариант тестов.

1. Дефицит каких прав ликвидирован в постсоветском обществе? (ПК-3)
1) политических;
2) социальных;
3) религиозных;
4) все перечисленное.
2. Значение понятия мировое сообщество: (ПК-7)
1) религиозный союз;
2) союз мусульманских государств;
3) совокупность всех государств, существующих в политическом пространстве;
4) экономическое сообщество.
3. Кто считается основателем такого тоталитарного режима государственного правления как фашизм: (ПК-3)
1) Т. Гоббс;
2) И.В. Сталин;
3) А. Гитлер;
4) Д. Муссолини.
4. Выбрать определение, характеризующее понятие диктатура: (ПК-3)
1) это развитое гражданское общество;
2) это суверенитет народа;
3) признание народа единственным источником политической власти;
4) неограниченная политическая, экономическая и идеологическая власть, осуществляемая строго ограниченной группой людей, во главе с лидером;
5) устойчивый демократический режим.
5. Укажите автора философско-политического труда «Государь»: (ПК-7)
1) Иммануил Кант;
2) Томас Гоббс;
3) Николо Макиавелли;
4) Мартин Лютер.
6. Выберите основные типы политических конфликтов. (ПК-7)
1) конфликты интересов и конфликты ценностей;
2) конфликты идентификации;
3) конфликты идентификации, конфликты ценностей и конфликты интересов;
4) нет верных ответов.
7. Какая идеология в современном мире наиболее близка к социал-демократической идеологии: (ПК-3)
1) неоконсерватизм;
2) идеология западного либерализма;
3) неолиберализм;
4) национализм.
8. Политический кризис это: (ПК-7)
1) сбой в функционировании политической системы;
2) состояние отношений между социальными субъектами, при котором открытое столкновение между ними практически неизбежно;
3) предельный случай развития общественных противоречий;
4) процесс поиска нового уровня развития политической системы.

9. Доктрина неоконсерватизма: (ПК-7)
1) гуманизм;
2) панславизм;
3) технократизм;
4) абсолютизм.
10. На какой социальный слой ориентированы идейные конструкции идеологии социализма: (ПК-7)
1) на интеллигенцию;
2) на крестьян;
3) на рабочих;
4) на чиновников.
11. Значение понятия экстремизм: (ПК-7)
1) основной;
2) центральный;
3) крайний;
4) агрессивный.
12. Дословное значение понятия либеральный режим: (ПК-3)
1) ограниченный;
2) пространный;
3) замкнутый;
4) свободный.
13. Либерализм возник: (ПК-7)
1) в XIX в.;
2) в XX в.;
3) в XVII-XVIII вв.;
4) в XV-XVI вв.
14. Терпимость по отношению к мнению оппонентов: (ПК-6)
1) компромисс;
2) плюрализм;
3) толерантность;
4) консенсус.
15. Состояние согласия большинства общества по отношению к основным формам организации политической власти называется: (ПК-7)
1) идентичность;
2) консенсус;
3) демократия;
4) легитимность.
16. Социальная опора тоталитарного режима: (ПК-3)
1) представители среднего социального слоя в государстве;
2) аристократия и чиновники;
3) люмпенизированные слои населения;
4) крестьяне и рабочие.

17. _____ – это нахождение общих точек зрения для значительного большинства людей любого сообщества относительно наиболее важных аспектов его социального порядка, выраженное в действиях. (ПК-3)

- 1) компромисс;
- 2) соглашение;
- 3) консенсус;
- 4) нет верного ответа.

18. _____ – согласие сторон выслушивать мнение третьей стороны и рассматривать её предложения. (ПК-6)

- 1) посредничество;
- 2) сотрудничество;
- 3) переговоры;
- 4) арбитраж.

19. Выберите 4 характеристики народовластия (основано на принципах свободы и равноправия граждан), как формы политического режима из предложенных: (ПК-6)

- 1) наличие форм непосредственной демократии, участие граждан в выборах;
- 2) отсутствует самоуправление;
- 3) реальность, гарантированность и полнота политических прав, их динамичное объединение с социально-экономическими и культурными правами;
- 4) равенство всех перед законом, защита личности от власти, и власти от произвола общества;
- 5) отсутствует принцип разделения властей на законодательную, исполнительную и судебную;
- 6) широкий спектр плюрализма (множественность);
- 7) наличие цензуры на различных уровнях.

20. Основные элементы демократии, выбрать 3 элемента: (ПК-3)

- 1) наличие избирательной системы;
- 2) отсутствует частная собственность;
- 3) свободы печати и проведения собраний;
- 4) государственная власть находится в руках одного человека;
- 5) конституция.

21. Характеристики монархического режима власти, выбрать 3 характеристики: (ПК-7)

- 1) наличие тайного совещательного органа при монархе;
- 2) отсутствует культ личности;
- 3) отсутствует, оформленное на уровне закона, разделение властей на исполнительную, законодательную и судебную;
- 4) династическая форма передачи власти по наследству;
- 5) отсутствует государственная цензура;
- 6) наличие выборного механизма при смене главы государства.

22. Принципы нацизма, выбрать не менее 3: (ПК-3)

- 1) равенство представителей всей наций перед законом;
- 2) обеспечение привилегий одной нации за счет других народов;
- 3) равное распределение ресурсов в государстве между представителями всей наций и культур;
- 4) первенство одной наций в ущерб остальным в государстве;
- 5) чистка национальных элементов, выделение неблагонадежных;

б) отсутствие внешних признаков принадлежности к высшей нации.

23. Характеристики коммунистического общества, выбрать не менее 3: (ПК-3)

- 1) развитие частной собственности;
- 2) неравное распределение;
- 3) утверждение общественной собственности;
- 4) развитие рыночных отношений;
- 5) образ жизни, основанный на социальной справедливости;
- 6) централизация управления государством и обществом;
- 7) научно-техническая революция.

24. Черты политического экстремизма, выберите не менее 4: (ПК-6)

- 1) культ сильной власти;
- 2) свобода выбора;
- 3) жесточайшая исполнительная дисциплина в организациях;
- 4) фанатизм;
- 5) авторитаризм;
- 6) демократизм;
- 7) жертвенность.

25. Выберите определение, либеральный режим – это: (ПК-7)

- 1) достаточно устойчивая форма власти основного периода, сочетающая в себе черты, как анархии, так и автократии;
- 2) государственная система, возникающая в результате военного переворота и захвата власти в стране;
- 3) государственно-политическое устройство общества, отрицающее любые формы контроля за экономической, духовной и иной деятельностью личности и общества со стороны политической власти, государства.
- 4) форма власти, при которой сама власть определяет меру, степень и характер участия народа в политической жизни общества, последнее может влиять на принятие политических решений, но не может выбирать, может советовать, но не может решать.

Ключи к тесту по дисциплине «Политический маркетинг»

№1	4	№2	3	№3	4	№4	4	№5	3
№6	3	№7	2	№8	2	№9	1	№10	3
№11	3	№12	4	№13	1	№14	2	№15	4
№16	3	№17	3	№18	4	№19	1,3,4,6	№20	1,3,5
№21	1,3	№22	2,4,5	№23	3,5,6	№24	1,3,4,5	№25	3

Так как изучение дисциплины предполагает постоянное использование систем дистанционного и электронного обучения университета, испытание проводится в течение первой недели обучения через портал educa.isu.ru, на котором регистрируются все обучающиеся. В ходе выполнения заданий выясняется квалификация студентов по использованию интернета и электронной почты, офисных приложений.

Задания для проведения текущего контроля

В ходе занятий по каждой теме студенты представляют материалы:

- подготовленные в электронном формате документы, таблицы, презентации;
- подготовленные в MS Office документы, электронные таблицы, иллюстрации, презентации;
- доклады по широкой проблематике политических процессов, избирательных

технологий и терминологии политического маркетинга

К формам текущего контроля по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление» относятся: собеседование, коллоквиум; тесты; проверка контрольных работ, рефератов, эссе, исследовательских и инновационных проектов и иных творческих работ, программ и технических заданий исследований и социологического инструментария; опрос студентов на учебных занятиях; отчеты студентов по исследовательским проектам, лабораторным работам; проверка информационных баз данных, таблиц, расчетных и графических работ и др. В матрице соответствия компетенций, формирующих их составных частей ОПОП ВО и оценочных средств, в рамках текущей аттестации (по дисциплине/модулю) представлены следующие виды процедур:

- эссе
- контрольная работа
- творческая работа (презентация)

Темы эссе

1. Политический менеджмент в условиях демократии
2. Политический менеджмент в условиях медиакратии
3. Политический менеджмент в условиях постдемократии
4. Гиперпространство как деловая среда политического менеджмента
5. Информационно-коммуникативные системы как объекты политического менеджмента
6. Свободные или проправительственные медиа: что опаснее для целей политического менеджмента?
7. Виртуальные инструменты политического менеджмента
8. Социальные сети как инструменты политического менеджмента
9. Массовый дискурс как объект политического менеджмента
10. Маркетинговые инструменты организации публичного пространства
11. Немаркетинговые механизмы обеспечения государственной политики

Темы контрольной работы

1. Брендинг политической оппозиции в современной России
2. Имидж «властного тандема» в структуре политического менеджмента
3. Возможности политического PR в реализации целей политического менеджмента
4. Пропаганда или PR: что важнее государству?
5. Информационный лоббизм как механизм достижения политических целей.
6. Этапизация информационного обеспечения государственных и корпоративных целей: можно ли сравнивать?
7. Смеховая культура как фактор трансформации политического менеджмента
8. Комическое в политической культуре российского населения. Нужно ли его учитывать при постановке управленческих целей?
9. Особенности информационного обеспечения электоральных кампаний.
10. Медиамаркетинг и медиапланирование в структуре электоральной кампании.

Творческая работа

1. Теоретические проблемы концептуализации политического менеджмента.
2. Политическое управление и политический менеджмент: общее и особенное
3. Государственное управление и политический менеджмент: есть ли различия?
4. История формирования политического менеджмента в России
5. Должен ли политический менеджмент управлять общественным сознанием?
6. Макро- и микро управленческие формы политического менеджмента.
7. Государство как субъект политического менеджмента и как общественный институт: есть ли различия?
8. Стейкхолдеры и бенефициарии политического менеджмента
9. Нужна ли политическому менеджменту идеология?

10. Есть ли управленческий потенциал у «национальной идеи»?
11. Политический менеджмент в условиях глобализации.
12. Пределы и ограничения публичных форм политического менеджмента
13. Есть ли границы для латентных механизмов политического менеджмента?
14. Современный правящий режим в России как субъект политического менеджмента
15. Насколько профессиональны политические топ-менеджеры России: критерии управленческого успеха
16. Лидерская субсистема в России: инструмент или угроза развитию?
17. Госбюрократия как субъект политического менеджмента
18. Границы политического менеджмента в контексте рентоориентированного поведения чиновников.
19. Информация и коммуникация как ресурсы политического менеджмента: что важнее?
20. Политический менеджмент в условиях авторитарного правления.

Критерии оценки:

Оценка «5» ставится, если студент: 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «4» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «3» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме зачета). Зачет проводится в форме письменного собеседования по вопросам.

Критерии оценки ответа на зачете:

Примерное время подготовки учащихся к ответу по билетам может быть в диапазоне от 15 до 30 минут. Время ответа на билет в целом не должно превышать 15 минут.

Если студент ответил на третий вопрос по выбранному билету, это означает, что учащийся уже может претендовать на отметку «3» по пятибалльной шкале или 60 по столбальной. Далее при устном ответе на теоретическую часть билета учащийся может добавить к имеющимся баллам еще один или два балла (или 40 баллов по столбальной шкале) в зависимости от качества подготовки. Таким образом, применяется накопительная система оценивания, соответствующая традиционной пятибалльной шкале.

На отметку «4» (или от 71 до 85 баллов) оценивается ответ в целом на билет, если учащийся при ответе на теоретическую часть билета продемонстрировал системные полные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса учащийся изложил связно, в краткой форме, раскрыл последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, но при ответе на теоретическую часть билета были допущены незначительные ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения или отсутствовали некоторые несущественные

элементы содержания.

На отметку «5» (от 86 до 100 баллов) оценивается ответ в целом на билет, если учащийся при ответе на теоретическую часть билета продемонстрировал системные полные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса учащийся изложил связно, в краткой форме, раскрыл последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускал терминологических ошибок и фактических неточностей.

Шкала БРС

Итоговый семестровый рейтинг (S итог)	Академическая оценка	
60-70 баллов	зачтено	удовлетворительно
71-85 баллов		хорошо
86-100 баллов		отлично

Вопросы к зачету:

Блок 1.

1. Сфера изучения политического маркетинга
2. Политический менеджмент как субдисциплина и направление научных исследований.
3. Теоретические проблемы концептуализации политического менеджмента.
4. Отличительные черты объектов и механизмов политического менеджмента.
5. Политический менеджмент и общественное самоуправление.
6. Политический менеджмент и политические технологии.
7. Политический менеджмент и политический маркетинг.
8. Разновидности политического менеджмента
9. Макро- и микро управленческие формы политического менеджмента.
10. Государство как субъект политического менеджмента. Состоятельность государства в данном аспекте: критерии и показатели
11. Политическая власть и управление как способы регулятивной деятельности государства.
12. Политические и государственные цели в политическом менеджменте: общее и особенное.
13. Критика редукционистской методологии в интерпретации политического менеджмента.
14. Механизмы конгруэнтного и неконгруэнтного регулирования общественных структур и отношений.
15. Акторы политического управления.
16. Государство как актор политического управления. Состоятельность государства как общественного института и как управленческой структуры.
17. Государство и его операторы в поле политического менеджмента
18. Правящий режим как субъект политического менеджмента. 25
19. Особенности политического менеджмента в условиях авторитарного, демократического и постдемократического режимов.
20. Этика экспертов и консультантов в процессе формирования государственной политики.
21. Процедуры и приемы мониторинга и экспертного оценивания государственных политик.
22. Политический менеджмент в переходных обществах.
23. Политический менеджмент в условиях глобализации
24. Принятие решений в структуре политического менеджмента.
25. Политические и государственные цели в политическом менеджменте: общее и особенное.

26. Критика редуционистской методологии в интерпретации политического менеджмента.
27. Механизмы конгруэнтного и неконгруэнтного регулирования общественных структур и отношений.
28. Политико-административные и коммуникативные механизмы в системе политического управления.
29. Публичные и структуры и институты в политическом менеджменте
30. Латентные структуры и институты в политическом менеджменте.

Блок 2.

1. Принятие решений как ядерный механизм политического менеджмента.
2. Политическое управление административными процессами.
3. Особенности политического управления электоральными процессами.
4. Политическое управление конфликтами. Урегулирование и конструирование конфликтов при инженерном подходе к политическому менеджменту.
5. Управление информационно-коммуникативными процессами.
6. Политическое и экспертно-аналитическое обеспечение государственного управления как формы профессиональной деятельности.
7. Основные формы участия бюрократии в формировании государственных стратегий.
8. Постбюрократия и формы ее политико-управленческой активности
9. Лидерская подсистема в структуре политического менеджмента
10. Функции и особенности позиционирования ближнего и дальнего окружения лидера.
11. Экспертно-аналитическая деятельность и лоббизм.
12. Этика экспертов и консультантов в процессе формирования государственной политики.
13. Процедуры и приемы мониторинга и экспертного оценивания государственных политик.
14. Суммирующее и формирующее оценивание управленческих практик, их уровни и формы.
15. Информация и коммуникация в политическом менеджменте.
16. Политический текст в политическом менеджменте
17. Роль медиа в категоризации сообщений.
18. Виртуализация среды политического менеджмента.
19. Гипер пространство как фактор политического менеджмента. Интернет и социальные сети в политическом менеджменте
20. Пропаганда и агитация в структуре политического менеджмента.
21. Манипулирование и дезинформация как инструменты политического менеджмента.
22. Политический имиджмейкинг и брендинг в политическом менеджменте
23. Публичные и структуры и институты в политическом менеджменте
24. Латентные структуры и институты в политическом менеджменте. 26
25. Принятие решений как ядерный механизм политического менеджмента.
26. Политическое управление административными процессами.
27. Особенности политического управления электоральными процессами.
28. Политическое управление конфликтами. Урегулирование и конструирование конфликтов при инженерном подходе к политическому менеджменту.
29. Управление информационно-коммуникативными процессами.
30. Политическое и экспертно-аналитическое обеспечение государственного управления как формы профессиональной деятельности.

Блок 3.

1. Основные формы участия бюрократии в формировании государственных стратегий.
2. Постбюрократия и формы ее политико-управленческой активности

3. Лидерская субсистема в структуре политического менеджмента
4. Функции и особенности позиционирования ближнего и дальнего окружения лидера.
5. Экспертно-аналитическая деятельность и лоббизм.
6. Этика экспертов и консультантов в процессе формирования государственной политики.
7. Процедуры и приемы мониторинга и экспертного оценивания государственных политик.
8. Структура и типология политического имиджа.
9. Политический PR: сущность, исторические разновидности, функции в рамках применения политического менеджмента.
10. PR-технологии PR-коммуникации в рамках GR-деятельности.
11. Сущность и назначение рекламы в политическом менеджменте.
12. Структура, основные механизмы и технологии политической рекламистики
13. Сущность и особенности применения информационного лоббизма.
14. Структура информационного лоббизма.
15. Смеховая коммуникация как инструмент политического менеджмента.
16. Типы и разновидности смеховой коммуникации.
17. Избирательный процесс как объект политического менеджмента. Электоральные кампании как разновидность политического менеджмента.
18. Модели политического взаимодействия государства и общества в электоральных кампаниях.
19. Проектирование электоральной кампании. Стратегия и тактика электоральной кампании.
20. Основные политические игроки в электоральных кампаниях.
21. Медиамаркетинг и медиапланирование в структуре электоральной кампании.
22. Проанализируйте особенности использования политического маркетинга в г. Иркутске за последние 15 лет.
23. Проанализируйте особенности использования политического маркетинга в городах Иркутской области за последние 15 лет.
24. Проанализируйте особенности использования политического маркетинга в регионах Сибири за последние 15 лет.
25. Проанализируйте наиболее эффективные стратегии политического маркетинга, применяемые в регионах Сибири за последние 15 лет.
26. Проанализируйте наименее эффективные стратегии политического маркетинга, применяемые в регионах Сибири за последние 15 лет.
27. Оцените составляющие успеха эффективного политического маркетинга.
28. Оцените ресурсный потенциал политического маркетинга в перспективе 10, 20 и 50 лет.
29. Оцените механизмы и перспективы развития политического маркетинга.
30. Рассмотрите альтернативы развития политического маркетинга в мире и в России.

Если количество баллов, которое наберет обучающийся в течение семестра, будет недостаточным для получения им положительной академической оценки по дисциплине, преподаватель вправе потребовать от обучающегося выполнения дополнительных заданий для получения большего количества баллов. Решение о возможности и форме выполнения обучающимся дополнительных заданий для получения большего количества баллов принимается преподавателем.

На индивидуальных и групповых консультациях студенты получают дополнительную информацию по всем вопросам, вызывающим затруднения, а также совместно с преподавателем осуществляют подбор необходимой литературы для самостоятельного изучения. Таким образом, данный вопрос, отражающий предметное и проблемное знание, показывает уровень профессиональной специализации магистров.

Разработчик:

Доцент кафедры государственного
и муниципального управления



Р.В.Иванов

Программа рассмотрена на заседании кафедры государственного и муниципального
управления _12_ апреля 2023 г., протокол № 8

Заведующая кафедрой, доцент



И.А. Журавлева

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