

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан социологического факультета МГУ,
профессор
Н.Г.ОСИПОВА
« _____ » _____ 2019г.

**Рабочая программа дисциплины
«Политическое консультирование»
«Political Consulting»**

Уровень высшего образования
бакалавриат

Направление подготовки
41.03.06 - Публичная политика и социальные науки

Направленность ОПОП:
Экспертная деятельность в управлении социально-политическими проектами

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
На заседании Учёного Совета факультета
(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва - 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.06 - Публичная политика и социальные науки (уровень бакалавриата), утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ № 1174 от 20 октября 2015 г.

Год приёма на обучение: 2019_____

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:** относится к блоку дисциплин профессионального цикла вариативной части, дисциплина по выбору и изучается студентами в 8-ом семестре.
2. **Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия:** освоение дисциплин: «Политология», «Основы публичной политики», «Политическая социология», «Теория принятия решений», «Связи с органами государственной власти», «Теории и практика лоббизма».
3. **Результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников:**

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
понимание специфики развития правовых и политических отношений, государственных и гражданских институтов современного общества (ОК-2)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ОК-2) - специфику правовых и политических отношений в современном обществе
способность к участию в организации управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, коммерческих и иных организациях, СМИ (ПК-1)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ПК-1) основные принципы осуществления управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, в общественных, профессиональных, коммерческих и иных организациях, СМИ
навыки администрирования управленческими процессами в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, коммерческих и иных организациях, СМИ (ПК-2)	ЗНАТЬ: – Код 32 (ПК-2) типологию операционных процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, а также в иных коммерческих и некоммерческих организациях

<p>умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением (ПК-4)</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код 31 (ПК-4) каналы коммуникации, обеспечивающие взаимодействие общественных и государственных организаций с населением – Код 32 (ПК-4) механизмы информационного воздействия <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код У1 (ПК-4) формировать информационное обеспечение взаимодействия общественных и государственных организаций с населением – Код У2 (ПК-4) осуществлять мониторинг состояния информационного взаимодействия органов власти с населением
<p>умение проводить экспертизу эффективности информационных и маркетинговых кампаний для проектирования научно-теоретических разработок в целях повышения их эффективности (ПК-6)</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код 32 (ПК-6) структуру информационных и маркетинговых кампаний в сфере политики – Код 33 (ПК-6) критерии оценки эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере политики <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код У1 (ПК-6) осуществлять отбор методик для проведения экспертизы эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере политики
<p>способность к составлению научно-аналитических отчётов, пояснительных записок для обеспечения проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности (ПК-14)</p>	<p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код 32 (ПК-14) методы и методики интерпретации качественных и количественных данных <p>УМЕТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Код У2 (ПК-14) корректно интерпретировать статистическую информацию в рамках написания научно-аналитических отчётов, пояснительных записок и прочих видов отчётных документов

4. Формат обучения: очная.

5. Объём дисциплины составляет 3 з.е., в том числе 30 академических часа, отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем, (20 часов лекций, 10 часов практических занятий); 78 часа составляет самостоятельная работа обучающегося.

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий:

		В том числе
--	--	-------------

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины, Форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса	6	2		2	4
Тема 2. Основные виды политического консультирования	8	2	2	4	4
Тема 3. Проектирование политических кампаний	9	2		2	7
Тема 4. Информационно-аналитическое сопровождение при организации политических кампаний	11	2	2	4	7
Тема 5. Управление мотивацией в политическом консалтинге	9	2		2	7
Тема 6. Политическое консультирование и манипуляция	14	2	2	4	10
Тема 7. Управление коммуникационными процессами	14	2	2	4	10
Тема 8. Политическая реклама	10	2		2	8
Тема 9. Имидж публичного политика	12	2	2	4	8
Тема 10. Управление рисками в политическом консультировании	9	2		2	7
Промежуточная аттестация (зачёт)	6				6
ИТОГО	108		72		78

Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса

Понятия «политическое консультирование» и «политический консультант». Структура политического знания о политическом управлении. Соотношение теоретического и эмпирического знания в исследовании политико-консультационных отношений. Политическое консультирование в пространстве публичной политики. Функции политических консультантов. Требования, предъявляемые к политическим консультантам. Принципы подбора и критерии оценки деятельности политических консультантов. Типовые ошибки консультанта во взаимодействии с работодателем. Конфликтные и кризисные ситуации в системе взаимодействия консультант-работодатель и принципы их возможного урегулирования. Технологии психодиагностики работодателя как один из вариантов предупреждения конфликтных ситуаций во взаимодействии политических консультантов и работодателей. Типы личностей работодателей. Этические проблемы политических технологий. Неформальный кодекс профессионального поведения политических консультантов.

Тема 2. Основные виды политического консультирования

Виды политического консультирования. Политико-организационный консалтинг, электоральный консалтинг, политический консалтинг, политический брендинг, лоббистская деятельность и GR, урегулирование политических конфликтов, политическая поддержка (информационно-аналитическое сопровождение) процесса принятия государственных решений. Соотношение понятий политический консалтинг, GR, публичные отношения, политический менеджмент, политический маркетинг, public relations. Особенность методологической базы исследования политического менеджмента. Классификация методов исследования. Соотношение количественных и качественных методов в исследовании политического консультирования.

Тема 3. Проектирование политических кампаний

Понятие проекта политической кампании. Виды проектов политических кампаний. Политические кампании «под ключ» и сложно структурированные. Субъекты проектирования политических кампаний. Принципы разработки и технологии подготовки проектов политических кампаний. Проект политической кампании как предварительный прогноз возможного развёртывания предстоящей политической кампании и предполагаемая концепция её организации и проведения. Влияние вида политической кампании на структуру и содержание проекта. Основные разделы и содержание проекта политической кампании. Стартовая диагностика объекта политико-управленческих отношений. Система сбора и анализа данных. Эмпирическая база анализа и описания проблемного поля политической кампании, конкурентной среды, ресурсных потребностей, выбора возможной модели стратегии и тактики по достижению политических и управленческих целей, предполагаемых технологий и способов управленческих воздействий на объект управления. Требования к проекту политической кампании и обоснованности его основных выводов и рекомендаций.

Тема 4. Информационно-аналитическое сопровождение при организации политических кампаний

Поэтапный процесс организации и проведения политических кампаний. Влияние видов политических кампаний на специфику процесса их организации и проведения. Диагностика объекта политико-управленческих отношений как источник информации для разработки стратегии и тактики политической кампании. Роль комплексного социологического исследования. Понятие и типология

стратегий политических кампаний. Эмпирическая база проектирования стратегии и тактики политической кампании. Понятие мониторинга политических кампаний. Мониторинг политических кампаний как управленческий механизм коррекции стратегии политической кампании, имиджа объекта управления, определения зон риска политических кампаний, выявления степени эффективности отдельных направлений работы «команды-субъекта» политико-управленческих отношений.

Тема 5. Управление мотивацией в политическом консалтинге

Понятие мотивации политического действия (поведения) в политическом консалтинге. Основные теории мотивации политических действий: социологическая, психологическая, бихевиоральная, ситуационная, рационального выбора, когнитивная. Когнитивная модель мотивации политического действия. Управление мотивацией политического поведения как механизм направленного влияния на сферу мотивации индивидов и социальных групп с целью побуждения их к действиям отвечающим интересам субъекта-команды политической кампании. Основные задачи управления мотивацией в политической кампании. Факторы влияния на управление мотивацией политических действий. Ограничения и возможности внешнего воздействия на мотивацию политического действия. Необходимость комплексного подхода к использованию технологий управления мотивацией в политической кампании.

Тема 6. Политическое консультирование и манипуляция

Манипуляция в политическом консультировании. Понятие манипуляции. Соотношение понятий мотивация и манипуляция. Манипуляция как особый механизм влияния на психическую сферу личности. Субъекты и объекты манипуляционных воздействий в политическом управлении. Виды манипуляционных технологий. Социально-психологические факторы и условия, способствующие манипулированию сознанием индивидов и социальных групп. Основные каналы, способы и средства применения манипуляционных технологий в политических кампаниях. Специфика применения манипуляционных технологий в различных видах политического консультирования. Морально-правовые меры противодействия применению манипуляционных технологий в консалтинге и процессе управления политическими кампаниями.

Тема 7. Управление коммуникационными процессами

Структура коммуникационного пространства в публичной политике. Принципы отбора каналов продвижения информации и формирования концепции информационного сопровождения политических кампаний. Факторы, влияющие на достижение максимальной эффективности информационно-аналитического сопровождения политических кампаний. Система мониторинга информационно-аналитического сопровождения политической кампании как механизм коррекции и управления её процессом. СМИ как важнейший канал политической коммуникации и «фабрика» формирования общественного мнения. Технологии формирования информационного направления в структуре команды-субъекта политических кампаний. Понятие информационного повода. Возможности и ограничения использования СМИ в различных видах политических кампаний. Интернет-технологии в политических кампаниях. Межличностное общение как канал продвижения информации в политических кампаниях. Принципы организации работы в политических кампаниях с лидерами общественного мнения, целевыми группами, группами населения. Виды межличностного общения в политических кампаниях.

Массовые мероприятия в политических кампаниях: их назначение, принципы организации, виды, место и роль в убеждающей коммуникации.

Тема 8. Политическая реклама

Политическая реклама. Понятие, виды, функции, принципы организации рекламной кампании. Технологии организации и проведения отдельных видов политической рекламы. Эффективность политической рекламы в зависимости от видов политических кампаний и их особенностей. Символический язык политической рекламы. Прикладные технологии в рекламе. Маркетинговые, социологический и психологические методы разработки политической рекламы. Рекламное обращение: содержание, структура, форма. Направленность рекламного обращения. Социальная реклама. Выбор средств распространения рекламы. Создание рекламного плана. Особенности создания политической аудио- и видеорекламы. Размещение политической рекламы в печатных СМИ, на радио и телеканалах. Адресные послания. Рекламные исследования. Методы определения эффективности рекламных обращений. Избирательное законодательство о политической рекламе.

Тема 9. Имидж публичного политика

Философия имиджа. Феномен имиджа политика. Психологическая структура имиджа. Значение СМИ в создании имиджа. Телеимидж. Речевой образ политика. Пути оптимизации имиджа политика. Диагностика личностных ресурсов политического лидера. Оценка личностных преимуществ и дефицитов. Коррекция имиджа. Самоидентификация политика. Формулирование оптимальной «политической легенды». Образ политика. Основной и поддерживающие политические слоганы. Особенности продвижения имиджа в разных социальных группах. Социально-политический и экономический фон структурирования имиджа политика.

Тема 10. Управление рисками в политическом консультировании

Управление политической кампанией в условиях кризисных ситуаций. Особенности политической коммуникации и процесса принятия командных решений в условиях развивающейся в политической кампании кризисной ситуации. Типовые модели взаимодействия в политических кампаниях в условиях кризисной ситуации работодателя, политического менеджера/политического консультанта, команды. Понятие и виды рисков. Внутренние и внешние риски. Кризисная ситуация как проявление риска/рисков в процессе реализации политической кампании. Конкурентная среда политической кампании как источник рисков и кризисных ситуаций. Методики анализа конкурентной среды. Каналы сбора информации об оппонентах в политических кампаниях. Способы позиционирования оппонентов в политических кампаниях. Контрпропаганда как структурный элемент стратегии политических кампаний. Условия и эффективность использования контрпропаганды в политических кампаниях. Информационная защита политической кампании как способ ограничения возможности проявления в них кризисных ситуаций. Виды информационной защиты.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине.

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

7.1.1. Контрольные вопросы для подготовки к семинарским занятиям

1. Понятие консультационной деятельности и консультационной услуги.
2. Понятия «консультант» и «клиента».
3. Основные критерии профессионализма консультанта в сфере политики.
4. Понятие процесса политического консультирования.
5. Организация процессов управленческого консультирования и их характеристика.
6. Виды консультационных организаций: внешние и внутренние консультационные организации.
7. Ассоциации консультантов: возникновение, требования к участникам, этика.
8. Взаимосвязь политического консультирования со смежными областями и сферами политической деятельности.
9. Классификация методов исследования, используемые в политическом консультировании.
10. Основные этапы подготовки и разработки политической кампании.
11. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов.
12. Стратегии политических кампаний: основные виды и направления воздействия.
13. Мониторинг политических кампаний: понятие, инструменты, использование результатов.
14. Объективные и субъективные факторы формирования мотивации политических действий.
15. Формы и особенности политического поведения.
16. Национальные модели политического консультирования.
17. Методы и приёмы манипулирования массовым сознанием и электоральным поведением.
18. Функция мониторинга СМИ и электронных ресурсов как инструмент управления политической кампанией.
19. Политическая реклама: аргументация, значение текста и слов.
20. Политический образ: структура, основные элементы.
21. Виды психологического воздействия в политической рекламе.
22. Технологии формирования политического имиджа.
23. Имидж политических партий: особенности формирования.
24. Понятие и виды рисков в политических кампаниях.
25. Конкурентная среда в политике и каналы сбора информации о конкурентах по политической борьбе.
26. Принципы построения работы с электоратом.
27. Понятие политического риска и его влияние на политическое поведение субъектов политического взаимодействия.
28. Методы оценки и анализа политического риска.
29. Понятие политического конфликта и технологии его урегулирования.

7.1.2. Темы докладов:

1. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании.

2. Социология политики как методологическая основа формирования политического консультирования.
3. Использование новых медиа в политическом консультировании: особенности выбора и эффективность использования.
4. Политтехнологии и особенности формирования общественного мнения в период избирательной кампании.
5. Социальные сети как канал политической коммуникации.
6. Политические мифы и их воздействие на мотивацию политического действия личности.
7. Социологическое обеспечение политической кампании.
8. «Информационные войны» в ходе избирательной кампании.
9. Приёмы политической борьбы.
10. Формирование уникальных политических предложений и их влияние на ход политической кампании.
11. Избиратели как объекты политической рекламы.
12. Негативная политическая реклама и её воздействие на политическое поведение.
13. Имидж современных российских политических лидеров.
14. Создание информационных поводов, организация событий и спецпроектов в рамках политической кампании.
15. Политические переговоры как инструмент разрешения политического конфликта: технология и эффективность.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Сущность политического консультирования и условия его возникновения
2. Основные функции политического консультирования.
3. Специфика сферы политического консультирования в России и за рубежом.
4. Становление и развитие рынка политических технологий в России.
5. Политическое консультирование в России и его место общей системе политических технологий.
6. Методология и методы исследования в политическом консультировании.
7. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.
8. Практика и особенности использования онлайн-ресурсов в политическом консультировании и политических кампаниях.
9. Основные теории мотивации политических действий.
10. Факторы и механизмы формирования мотивации политического действия.
11. Российские структуры политического консультирования.
12. Психологические особенности деятельности консультанта в сфере политики.
13. Критерии оценки эффективности политического консультирования.
14. Роль СМИ и электронных ресурсов в формировании политических предпочтений.
15. Особенности воздействия политической рекламы на сознание и формирование политического поведения.
16. Основные инструменты политической рекламы и их характеристика.

17. Оценка обратной связи политической кампании (основные методы сбора информации).
18. Основные типы политических конфликтов.
19. Структура, участники и основные этапы и стратегии разрешения политического конфликта.

Критерии оценки ответов на зачете:

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, дает хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					
Оценка	2	3	4	5	Виды оценочных средств
Результаты обучения					
Знание: Код 31 (ОК-2) - специфику правовых и политических отношений в современном обществе	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (темы 1-2, 5), контрольные вопросы (темы 1-2, 5), доклады (темы 1-2, 5)
Знание: Код 31 (ПК-1) основные принципы осуществления управленческих процессов в органах государственной власти и	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (тема 2), контрольные вопросы

местного самоуправления, в общественных, профессиональных, коммерческих и иных организациях, СМИ					(тема 2), доклад (тема 2)
Знание: Код 32 (ПК-2) типологию операционных процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, а также в иных коммерческих и некоммерческих организациях	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (тема 2), контрольные вопросы (тема 2), доклад (тема 2)
Знание: Код 31 (ПК-4) каналы коммуникации, обеспечивающие взаимодействие общественных и государственных организаций с населением	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (темы 4, 6-9), контрольные вопросы (темы 4, 6-9), доклад (темы 4, 6-9)
Знание: Код 32 (ПК-4) механизмы информационного воздействия	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (темы 5-9), контрольные вопросы (темы 5-9), доклад (темы 5-9)
Умения: Код У1 (ПК-4) формировать информационное обеспечение взаимодействия общественных и государственных организаций с населением	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности)	Успешное и систематическое умение	Контрольные вопросы (темы 3-4, 7-9), доклад (темы 3-4, 7-9)

			непринципиального характера)		
Умения: Код У2 (ПК-4) осуществлять мониторинг состояния информационного взаимодействия органов власти с населением	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Контрольные вопросы (темы 7-8, 10), доклад (темы 7-8, 10)
Знания: Код 32 (ПК-6) структуру информационных и маркетинговых кампаний в сфере политики	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (темы 3-4), контрольные вопросы (темы 3-4), доклад (темы 3-4)
Знание: Код 33 (ПК-6) критерии оценки эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере политики	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (темы 4, 6-8), контрольные вопросы (темы 4, 6-8), доклад (темы 4, 6-8)
Умение: Код У1 (ПК-6) осуществлять отбор методик для проведения экспертизы	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Контрольные вопросы (темы 4, 6-8), доклад (темы 4, 6-8)

<p>Знание: Код 32 (ПК-14) методы и методики интерпретации качественных и количественных данных</p>	<p>Отсутствие знаний</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Общие, но не структурированные знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Устный опрос по лекционному материалу (темы 3-4, 10), контрольные вопросы (темы 3-4, 10), доклад (темы 3-4, 10)</p>
<p>Умение: Код У2 (ПК-14) корректно интерпретировать статистическую информацию в рамках написания научно-аналитических отчётов, пояснительных записок и прочих видов отчётных документов</p>	<p>Отсутствие умений</p>	<p>В целом успешное, но не систематическое умение</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности неприципиального характера)</p>	<p>Успешное и систематическое умение</p>	<p>Контрольные вопросы (темы 3-4, 10), доклад (темы 3-4, 10)</p>

8. Ресурсное обеспечение.

8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Березкина О.П. Политический консалтинг. М.: Академия, 2008.
2. Горчева А.Ю. Политический менеджмент: исторический опыт России. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
3. Лютый В.П. Политический менеджмент: Политология, прикладные исследования, менеджмент. М.: Российская академия правосудия, 2012. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01006734700>
4. Политический менеджмент: учебное пособие. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2016. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01009485810>
5. Пушкарева Г.В. Политический менеджмент. М.: Юрайт, 2018.
6. Цыганов В.В. Информационный менеджмент. Механизмы управления и борьбы в бизнесе и политике: словарь-справочник. М.: Акад. проект, 2009. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01004341177>
7. Шарков Ф.И. Политический консалтинг. М.: Дашков и К., 2007. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01006805916>

б) дополнительная литература:

1. Асеев А.Д., Иванов В.К. Особенности политического консалтинга // Социальные отношения. 2017. № 2(21). С. 103-125. Электронный ресурс: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29452447>
2. Ветренко И.А. Влияние политтехнологов на общественное мнение в период электоральных циклов // Политическая наука. 2017. № 1. С. 222-241. Электронный ресурс: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28948011>
3. Головин Ю.А. Политический менеджмент. Ярославль: Яросл. гос. ун-т, 2004. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01006734700>
4. Горчева А.Ю. Политический менеджмент постсоветской России. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
5. Забурдаева Е.В. Политическое консультирование в США и России. М.: Проспект, 2010; 2011.
6. Карманов Д.В. Тенденции развития политического консалтинга в современных российских условиях // Вестник Воронежского института экономики и социального управления. 2016. № 2. С. 53-57. Электронный ресурс: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26485478>
7. Колесников В.Н. Политический менеджмент. СПб.: Питер, 2013.
8. Кузнецов П.А. Политическая реклама: теория и практика. М.: ЮНИТИ, 2010.
9. Марченко Г.И. Политическое консультирование: история, теория, феноменология. М.: МГПУ, 2012.
10. Матвейчев О.А. Этапы становления и развития рынка политических технологий в России и его перспективы // Полис. Политические исследования. 2018. № 2. С. 82-99. Электронный ресурс: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32698107>
11. Ольшанский Д.В. Политический консалтинг. СПб. и др.: Питер, 2005.
12. Политическое консультирование / Отв. ред. Е.Егорова-Гантман, И.Минтусов. М.: Никооло М, 2002. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01000954380>

13. Поляков Л.В. Основы политического консультирования. М.: Изд-во МГУ: Ун-т Кн. дом, 2004. Электронный ресурс: <https://dlib.rsl.ru/01002429736>
14. Government e-Strategic Planning and Management: Practices, Patterns and Roadmaps / (Eds.) L.G. Anthopoulos, C.G. Reddick. Springer, 2014. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4614-8462-2>
15. Nikolova N. The Client-Consultant Relationship in Professional Business Service Firms. Springer Gabler, 2007. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-24376-0>
16. The Palgrave Handbook of Public Administration and Management in Europe / E. Ongaro, S. Van Thiel (Eds.). Palgrave MacMillan, 2018. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1057/978-1-137-55269-3>

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения.

- Microsoft PowerPoint.

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

		Web-адрес
1.	Журнал «Полис. Политические исследования»	https://www.politstudies.ru/
2.	Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
3.	Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
4.	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
5.	Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
6.	Официальный сайт ВЦИОМ	https:// www.wciom.ru
7.	Институт социологии РАН	http://www.isras.ru/authority.html
8.	Фонд развития гражданского общества	http://civilfund.ru
9.	Сетевой журнал ПОЛИТЕКС (Политическая экспертиза).	http://www.politex.infa
10.	Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/publicdb/

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

		Web-адрес
11.	Российская ассоциация политических консультантов (РАПК)	http://rapc.pro/
12.	Международный центр политического консультирования	http://twofingers.ru/sites/ipcc/
13.	Никколо М (Российская PR-компания)	http://nikkolom.ru/
14.	Международный центр политического консультирования	http://www.ipcc.ru/

8.5. Описание материально-технического обеспечения.

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций.

9. Язык преподавания:

Русский.

10. Преподаватели:

Федоркин Н.С., профессор

Каневский П.С., доцент

11. Авторы программы

Федоркин Н.С., профессор

Каневский П.С., доцент

Липатова М.Е.